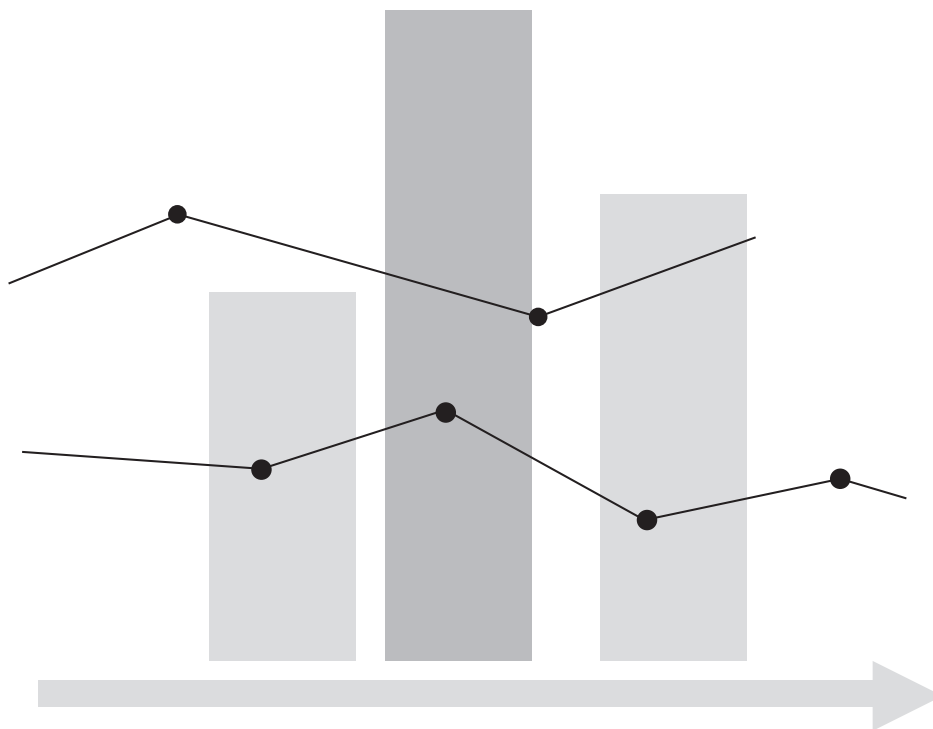


Daniela Pscheida, Claudia Minet, Sabrina Herbst, Steffen Albrecht, Thomas Köhler

Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der Wissenschaft

Ergebnisse des Science 2.0-Survey 2014



Datenreport
Hochschulen
2014

Executive Summary

Bereits zum zweiten Mal wird mit dem Science 2.0-Survey der Frage nachgegangen, welche Rolle die Nutzung von Online-Werkzeugen und Social-Media-Anwendungen für Wissenschaftler/-innen an bundesdeutschen Hochschulen spielt. Die Daten des zweiten Science 2.0-Survey bestätigen dabei zum einen das zentrale Ergebnis der Vorjahreserhebung, dass digitale, online-basierte Werkzeuge bei Wissenschaftler/-innen eine weite Verbreitung und Akzeptanz gefunden haben und aus der wissenschaftlichen Arbeit längst nicht mehr wegzudenken sind. Zum anderen machen sie auch deutlich, dass sich im Hinblick auf den Einsatz dieser Werkzeuge im wissenschaftlichen Arbeitsalltag bereits gewisse Nutzungsgewohnheiten konsolidiert haben.

Zu den meist genutzten Anwendungen zählen auch in diesem Jahr die Online-Enzyklopädie Wikipedia (von 94% der Befragten beruflich genutzt), Mailinglisten (76%), Online-Archive und Datenbanken (75%) sowie Content Sharing bzw. Cloud-Dienste wie Dropbox oder Slideshare (70%). Weitgehend ungenutzt bzw. unbekannt sind weiterhin Social Bookmarking Services.

Die größte Verbreitung erfahren Online-Werkzeuge und Social-Media-Anwendungen dabei im Kontext der Forschungstätigkeit. Die Top-3 der hier genutzten Tools sind, neben der Wikipedia (64%), Online-Archive und Datenbanken (62%), Literaturverwaltungsprogramme (47%) sowie Content-Sharing und Cloud-Dienste (41%). Für die Wissenschaftskommunikation weniger bedeutend sind überraschenderweise Web 2.0-Werkzeuge wie Weblogs (9%) und Mikroblogs (5%). Hier setzen die Wissenschaftler/-innen vor allem auf klassische Kommunikationskanäle wie Mailinglisten (41%); aber auch Videokonferenzen (31%) und Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (30%) kommen zum Einsatz. Im Bereich der Lehre spielen jenseits von den wiederum nicht im erwartbaren Umfang genutzten Lernmanagementsystemen (42%) vor allem Video/Foto-Community-Portale (33%), Recherchewerkzeuge wie Online-Archive/Datenbanken (29%) und Wikis (21%) sowie Content Sharing und Cloud-Dienste (26%), die den Austausch und das Teilen von Informationen und Daten ermöglichen, eine Rolle. In der Wissenschaftsadministration ist die Nutzung von onlinebasierten Werkzeugen und Social-Media-Anwendungen insgesamt am geringsten verbreitet. Maximal ein Viertel der befragten Wissenschaftler/-innen nutzen diese hier, wobei die in diesem Jahr erstmals abgefragten Terminierungs- und Koordinationstools (26%) dominieren.

Aussagen über die Nutzungsmotive sind in diesem Jahr aufgrund eines Fehlers im Online-Fragebogen leider nicht möglich. Dafür lassen sich Barrieren für die berufliche Nutzung benennen. Hauptgründe, die eine berufliche Nutzung onlinebasierter Werkzeuge und Social-Media-Anwendungen verhindern, sind ein fehlender Mehrwert für die eigene Arbeitspraxis (29%), fehlender Bedarf an technischer Unterstützung (20%) sowie ein Mangel an Zeit, um sich in die Handhabung der Werkzeuge einzuarbeiten (14%). Vor allem Mikroblogs (52%), Internetforen (42%) und Weblogs (40%) werden nicht beruflich genutzt, weil in ihrem Einsatz von den Wissenschaftler/-innen kein Mehrwert gesehen wird.

Hinsichtlich der Einstellungen von Wissenschaftler/-innen gegenüber der Nutzung von Online-Werkzeugen und Social-Media-Anwendungen zeigt sich, dass sie für Datenschutzaspekte sensibilisiert sind und relativ hohe Bedenken im Hinblick auf die Verbreitung und den Zugriff auf persönliche Daten im Internet haben. Beim Umgang mit Social Media haben Wissenschaftler/-innen jedoch insgesamt wenige Berührungsängste. Generell zeigen sie sich gegenüber neuen technischen Entwicklungen offen.

Der vorliegende Datenreport dokumentiert erste Ergebnisse der bundesweiten Onlinebefragung von insgesamt 1.419 Wissenschaftler/-innen an deutschen Universitäten, Fachhochschulen und Kunst- und Musikhochschulen. Erkundet wurde die Nutzung von 18 Online-Werkzeugen für die tägliche Arbeit in Forschung, Lehre, Wissenschaftsadministration und Wissenschaftskommunikation. Neben der Intensität und dem Kontext der Nutzung der verschiedenen Anwendungen wurden auch die Gründe für die Nutzung bzw. Nichtnutzung einzelner Kanäle sowie die generellen Einstellungen gegenüber Internet und Social Media erfragt. Die Erhebung wurde vom 23. Juni 2014 bis zum 20. Juli 2014 durchgeführt. Die Studie ist ein Gemeinschaftsprojekt im Rahmen des Leibniz-Forschungsverbunds „Science 2.0“. Die Projektleitung lag beim Medienzentrum der TU Dresden.

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary.....	1
1. Einleitung.....	3
2. Methode und Untersuchungsdesign.....	5
3. Charakterisierung des Datensamples	7
Geschlecht	8
Altersgruppen	8
Hochschulart	9
Wissenschaftlicher Status	9
Fächergruppen.....	10
Befragte nach Fächergruppen, Geschlecht, Alter und wissenschaftlichem Status	11
Tätigkeitsschwerpunkt	12
4. Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen	13
4.1 Allgemeine Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen.....	13
Allgemeine Nutzung von Online-Werkzeugen	14
Endgerätenutzung	14
4.2 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen im akademischen Alltag...	15
Berufliche und private Nutzung von Online-Werkzeugen	16
Häufigkeit der beruflichen Nutzung	18
Berufliche Nutzung nach Geschlecht.....	19
Berufliche Nutzung nach Altersgruppen.....	19
Berufliche Nutzung nach Fächergruppen	20
Berufliche Nutzung nach wissenschaftlichem Status	22
4.3 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen	
in verschiedenen Tätigkeitskontexten akademischer Arbeit	24
Kontext der beruflichen Nutzung von Online-Werkzeugen.....	24
4.3.1 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der Forschung.....	26
Kontext der Nutzung von Online-Werkzeugen innerhalb der Forschungstätigkeit	27
4.3.2 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der Lehre.....	30
4.3.3 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der	
Wissenschaftsadministration.....	30
4.3.4 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der	
Wissenschaftskommunikation	31
Kontext der Nutzung von Online-Werkzeugen innerhalb der	
Wissenschaftskommunikation.....	32
4.4 Barrieren bei der Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen	
im akademischen Alltag.....	35
Gründe für die berufliche Nichtnutzung von Online-Werkzeugen.....	36
Gründe für die berufliche Nichtnutzung von Online-Werkzeugen.....	37
4.5 Aktive und passive Nutzung von Social-Media-Anwendungen	
im akademischen Arbeitsalltag.....	38
Aktive und passive Nutzung von Social-Media-Anwendungen	40
5. Einstellungen zur Nutzung von Social Media und onlinebasierten	
 Anwendungen im akademischen Arbeitsalltag.....	44
Einstellungen insgesamt	47
Einstellungsmessung Reliabilitätsanalyse	48
Einstellungen nach Geschlecht.....	48
Einstellungen nach Altersgruppen.....	49
Einstellungen nach wissenschaftlichem Status	51
Einstellungen nach Fächergruppen	53
Referenzen	55
Anschreiben	57
Fragebogen	59

1. Einleitung

Der Arbeitsalltag von Wissenschaftler/-innen ist heute auf vielfältige Weise digital durchsetzt und ohne den Zugang zum Internet meist gar nicht mehr vorstellbar. Onlinebasierte Werkzeuge und Social-Media-Anwendungen spielen dabei eine wichtige Rolle (Pscheida et al. 2014, S. 14). Wissenschaftler/-innen können heute aus einem breiten Angebot an Technologien, Diensten, Plattformen und Tools schöpfen, die u.a. dazu beitragen können, Arbeitsabläufe zu erleichtern, Kommunikationsprozesse zu unterstützen und Kooperationen zu ermöglichen. Die wenigsten dieser digitalen, onlinebasierten ‚Helferlein‘ wurden eigens für die Wissenschaft entwickelt, doch scheint das Arbeitsfeld Wissenschaft durchaus bereit, diese auch für seine Zwecke einzusetzen.

Entsprechend wird seit einiger Zeit intensiv die Frage diskutiert, welche Bedeutung der Einsatz von onlinebasierten Werkzeugen und Social-Media-Anwendungen für die Wissenschaft hat (DFG 2012; WR 2012). Optimistische Stimmen betonen vor allem die Potenziale der digitalen Wissenschaftspraxis (Albrecht et al. 2014; Bartling & Friesike 2014). Skeptiker warnen hingegen vor deren Überschätzung (Haber 2013) und fürchten nicht zuletzt um eine Aufweichung der für die Wissenschaft so wichtigen Qualitätsstandards (Fritz & Langenhorst 2009). Grundsätzlich aber kommt keine Argumentation ohne eine Analyse der tatsächlichen Nutzungspraxis aus.

Der Science 2.0-Survey erfasst daher seit 2013 im jährlichen Abstand die wissenschaftsbezogene Nutzung von Web 2.0-Anwendungen und Online-Werkzeugen unter Wissenschaftler/-innen an bundesdeutschen Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen. Ziel der Erhebung ist es, objektive Daten zur Bekanntheit, Verbreitung sowie zum konkreten Einsatzkontext verschiedener Sozialer Medien wie Blogs, Mikroblogs und Soziale Netzwerke, aber auch klassischer onlinebasierter Werkzeuge wie Internetforen, Mailinglisten und Chat in der Wissenschaft im Sinne einer Baselinestudie zur Verfügung zu stellen. Wissenschaft und wissenschaftliche Praxis werden dabei nicht allein auf Forschung bezogen, sondern als breites Arbeitsfeld verstanden, in das neben der Produktion neuer Erkenntnisse auch deren Vermittlung durch Lehre und Wissenschaftskommunikation sowie die Wissenschaftsadministration (z.B. die Verwaltung von Forschungsprojekten) fallen.

Die Studie ist ein Projekt im Rahmen des 2013 gegründeten Leibniz-Forschungsverbunds „Science 2.0“, dem inzwischen 37 Einrichtungen der Leibniz-Gemeinschaft sowie verschiedene Hochschuleinrichtungen (Institute, Zentren, Universitätsbibliotheken) aus Deutschland und der Schweiz angehören. Der Verbund hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Digitalisierung in der Wissenschaft und ihre Auswirkungen auf die Wissenschaftskultur mit den Schwerpunkten (1) Technologieentwicklung, (2) neue Arbeitsgewohnheiten und (3) Nutzungsforschung zu untersuchen. Innerhalb dieses Rahmens liefert der Science 2.0-Survey im Arbeitsfeld „Nutzungsforschung“ einen Beitrag zu der Frage, welche Rolle Social Media und onlinebasierte Werkzeuge in der Wissenschaft einnehmen.

Die Anlage der Studie, insbesondere das verwendete Erhebungsinstrument, baut dabei auf den Ergebnissen und Erfahrungen der Studie „Wissenschaftsbezogene Nutzung von Web 2.0 und Online-Werkzeugen in Sachsen 2012“ (Pscheida & Köhler 2013) des eScience – Forschungsnetzwerk Sachsen² auf, die in Verantwortung des Medienzentrums der Technischen Universität Dresden (TUD) erstmals im Jahr 2012 und seither ebenfalls im jährlichen Abstand durchgeführt wurde. Am Projekt „Science 2.0-Survey“ waren 2014 neben dem Medienzentrum der TUD als Initiator und Koordinator zudem auch Wissenschaftler/-innen des Alexander von Humboldt Instituts für Internet und Gesellschaft Berlin (HIIG), des Instituts für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen (UniSG), des Leibniz-Informationszentrums Lebenswissenschaften (ZB MED), des Leibniz-Informationszentrums Wirtschaft (ZBW) sowie des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) beteiligt.

¹ <http://www.leibniz-science20.de>

² <http://www.escience-sachsen.de>

Der vorliegende Datenreport 2014 stellt einen ersten Schritt der Auswertung des Datensatzes der befragten Wissenschaftler/-innen an bundesdeutschen Hochschulen dar und ist als Open-Access-Publikation kostenlos digital erhältlich. Er ergänzt den Datenreport zur Erhebung 2013 (Pscheida et al. 2014), der ebenfalls Open Access zur Verfügung steht.³ Weiterhin werden alle Datensätze über das GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften zur kostenfreien Nachnutzung im Rahmen von Sekundäranalysen etc. bereitgestellt.

Der Bericht beschreibt Methode und Untersuchungsdesign der diesjährigen Studie und erläutert zentrale Ergebnisse. Betrachtet werden insbesondere die berufliche Nutzung verschiedener webbasierter Werkzeuge in unterschiedlichen Bereichen der wissenschaftlichen Tätigkeit, die Gründe für die Nutzung bzw. Nichtnutzung im akademischen Kontext sowie die Einstellungen zu Sozialen Medien und zur berufsbezogenen Internetnutzung allgemein. Insgesamt konnten die Angaben von 1.419 Wissenschaftler/-innen für die Auswertung herangezogen werden.

An dieser Stelle bedanken wir uns recht herzlich bei allen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, die sich an der Befragung beteiligt und uns damit einen detaillierten Einblick in ihre digitale Nutzungspraxis gewährt haben. Danken möchten wir zudem allen Personen, die den Versand des Fragebogens an den insgesamt 91 teilnehmenden bundesdeutschen Hochschulen logistisch unterstützt haben.

An der Konzeption der Befragung waren außer den Autor/-innen des vorliegenden Berichts Christian Hoffman (UniSG), Michael Kummer (ZEW), Birte Lindstädt (Goportis), Isabella Peters (ZBW), Kaja Scheliga (HIIG) sowie Doreen Siegfried (ZBW) beteiligt. Die Durchführung der Befragung wurde zudem durch Olivia Görlich (TUD), Benjamin Seebröcker (TUD) und Lena Zauner (TUD) unterstützt.

³ <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:14-qucosa-132962>

2. Methode und Untersuchungsdesign

Ziel des jährlichen Science 2.0-Survey ist die Erhebung von Daten zur Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen durch Wissenschaftler/-innen an bundesdeutschen Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen im Rahmen ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit. Als Grundgesamtheit werden daher alle Wissenschaftler/-innen betrachtet, die im Erhebungszeitraum als solche an Hochschulen (Universitäten ebenso wie Fachhochschulen, Kunsthochschulen und Musikhochschulen) und außeruniversitären Forschungseinrichtungen in Deutschland arbeiteten (2013/2014 waren dies in etwa 400.000 Personen⁴).

Um Teilnehmer/-innen aus der genannten Grundgesamtheit für die Befragung zu akquirieren, wurde in diesem Jahr direkt der Kontakt zu allen bundesdeutschen Hochschulen gesucht. Die Kontaktaufnahme fand dabei in der Regel über die Presse- und Öffentlichkeitsarbeitsabteilungen bzw. die Rektorate und Prorektorate der Hochschulen statt, die um die Weiterleitung einer entsprechenden E-Mail mit integriertem Befragungslink gebeten wurden. Auf das noch im Vorjahr angewandte zweistufige Verfahren mit vorgeschalteter quotierter Auswahl von einzelnen Hochschulen nach Region (Nord, Süd, Ost, West) und Art der Hochschule (Universität, Fachhochschule, Kunst-/Musikhochschule) proportional zur Zahl der Wissenschaftler/-innen in den jeweiligen Institutionen (Pscheida et al. 2014, S. 5) wurde verzichtet, da sich dieses aufgrund der Absagen vieler Hochschulen als nicht funktional erwiesen hat.

Insgesamt erklärten 91 der 363 angefragten bundesdeutschen Hochschulen ihre Bereitschaft, die Befragung zu unterstützen und den Befragungslink über interne Verteiler an ihr gesamtes wissenschaftliches Personal weiterzuleiten oder über das Intranet zu veröffentlichen. Unter den teilnehmenden Hochschulen befanden sich 26 Universitäten, 47 Fachhochschulen sowie 18 Kunst- oder Musikhochschulen.

Parallel zur Akquise der Hochschulen wurden auch die Geschäftsstellen und/oder Presse- und Öffentlichkeitsarbeitsabteilungen der Wissenschaftsgemeinschaft Gottfried Wilhelm Leibniz, der Helmholtz-Gemeinschaft, der Max-Planck-Gesellschaft sowie der Fraunhofer-Gesellschaft in Deutschland um Unterstützung der Befragung gebeten. Hier konnten schließlich drei der vier Forschungseinrichtungen (Leibniz-Gemeinschaft, Helmholtz-Gemeinschaft, Max-Planck-Gesellschaft) zur Teilnahme gewonnen werden. Die Ergebnisse der befragten Wissenschaftler/-innen an diesen Institutionen bilden einen gesonderten Datensatz und sind nicht Gegenstand des vorliegenden Datenreports.

Die Befragung wurde mittels eines Online-Fragebogens durchgeführt, der über den Dienstleister QuestBack und dessen Software „Unipark“ zur Verfügung gestellt wurde. Der Fragebogen (s. Anhang) wurde in diesem Jahr erstmals auch in englischer Sprache angeboten. Ergänzend zu den Mailverteilern der akquirierten Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen wurde die Einladung zur Befragung inklusive Befragungslink auch über verschiedene Social-Media-Kanäle (u.a. Twitter) und den Informationsdienst Wissenschaft (idw) verbreitet.

Über eine Kontrollfrage in der Befragung wurde dabei sichergestellt, dass nur Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen in das Datensample einfließen. Die Frage wurde jedoch nur angesteuert, wenn vorher angegeben wurde, an einer Universität, Fachhochschule, Kunst- oder Musikhochschule tätig zu sein. Wissenschaftler/-innen von außeruniversitären Forschungseinrichtungen sind regional nicht zuzuordnen.

Die Befragung war zwischen dem 23. Juni 2014 und dem 20. Juli 2014 für die Teilnahme geöffnet. Insgesamt nahmen in diesem Zeitraum 1.706 Wissenschaftler/-innen bundesdeutscher Hochschulen und 741 Mitarbeiter/-innen außeruniversitärer Forschungseinrichtungen an der Befragung teil. Genaue Angaben zur Rücklaufquote sind leider nicht möglich, da der Link breit gestreut wurde und nicht alle Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen den tatsächlichen Versand der Befragungsmail bestätigt und/oder eine genaue Zahl der Empfänger/-

⁴ Neben den Daten des Statistischen Bundesamtes (2014) wurden hierzu die Angaben der Leibniz-Gemeinschaft, der Helmholtz-Gemeinschaft und der Max-Planck-Gesellschaft einbezogen (Quellen: www.leibniz-gemeinschaft.de/ueber-uns/leibniz-in-zahlen; www.mpg.de/zahlen_fakten; www.helmholtz.de/ueber_uns/zahlen_und_fakten/).

innen ihrer Mailinglisten angeben konnten. Es liegen daher keine genaueren Angaben zur Auswahlgesamtheit vor. Nach Bereinigung der eingegangenen Fragebögen konnten insgesamt 2.090 Datensätze in die Auswertung einfließen. Der vorliegende Datenreport fokussiert dabei auf die Ergebnisse der vollständig ausgefüllten Fragebögen von 1.419 Wissenschaftler/-innen an bundesdeutschen Hochschulen.

Wie schon im Vorjahr (Pscheida et al. 2014) stand die berufliche Nutzung von verschiedenen onlinebasierten Werkzeugen und Social-Media-Anwendungen im Mittelpunkt der Befragung. Zusätzlich zu den bereits 2013 abgefragten 17 verschiedenen Tools wurden 2014 auch Terminierungs- und Koordinationstools wie Foodle, Asana oder Trello in die Befragung aufgenommen. Neben der Verbreitung der einzelnen Online-Werkzeuge im akademischen Arbeitsalltag wurde nach der Nutzungshäufigkeit und für ausgewählte Social-Media-Anwendungen auch nach ihrer aktiven und passiven Nutzung gefragt. Die Antwortkategorien der Frage nach aktiver und passiver Nutzung wurden gegenüber dem Vorjahr verfeinert. So wurde zum Beispiel stärker nach der Nutzung mit eigenem Account und ohne eigenen Account unterschieden. Zusätzlich wurden Soziale Netzwerke bei der Frage nach der aktiven und passiven Nutzung aufgenommen.

Zudem wurden die onlinebasierten Werkzeuge und Social-Media-Anwendungen in verschiedenen Tätigkeitskontexten akademischer Arbeit betrachtet und Motive und Barrieren für die berufliche Nutzung bzw. Ablehnung der Werkzeuge für die eigene wissenschaftliche Arbeit erfragt. Insbesondere interessierten auch 2014 die Meinungen derjenigen, die (bestimmte) onlinebasierte Werkzeuge und Social-Media-Anwendungen noch nicht für berufliche Zwecke nutzen. In der Ansprache wurde diese Personengruppe explizit aufgerufen, sich an der Befragung zu beteiligen, um mehr Erkenntnisse zu den Barrieren für den Einsatz von digitalen Technologien im wissenschaftlichen Arbeitsalltag zu erhalten.

Erweitert wurden zudem die Fragen nach dem Nutzungskontext. Neben dem Einsatz im Bereich der Forschung wurde 2014 zusätzlich nach dem Einsatz im Bereich der Wissenschaftskommunikation gefragt. Ergänzt und abgeglichen werden können diese Daten durch Angaben zur Hochschulart, zum Fachbereich, wissenschaftlichen Status und den soziodemografischen Angaben Alter und Geschlecht der befragten Wissenschaftler/-innen.

Um den Fragebogen nicht unnötig zu verlängern, wurden zugunsten der vertiefenden Fragen andere Fragen nicht erneut aufgenommen. Dazu gehören die Fragen zu den Virtuellen Forschungsumgebungen, den Konferenzteilnahmen und Publikationsbeteiligungen sowie zu den Informationsquellen für neue bzw. geeignete Online-Werkzeuge. Die Frage zur Endgerätenutzung blieb aufgrund der raschen Entwicklung und des zunehmenden Einsatzes mobiler Technologien erhalten.

3. Charakterisierung des Datensamples

Durch die breite Streuung des Online-Links und der fehlenden Rückmeldungen der Hochschulen zum per Rundmailverfahren erreichten Kreis potenzieller Empfänger/-innen kann keine genaue Aussage zur Rücklaufquote getroffen werden. Die Stichprobe lässt sich anhand von Daten des Statistischen Bundesamtes (2013, 2014) jedoch in groben Zügen in Bezug auf bestimmte Merkmale zur Grundgesamtheit einordnen. Auf diese Weise lässt sich jeweils einschätzen, inwiefern die Befragung die relevanten Gruppen der Grundgesamtheit erreicht hat und an welchen Punkten mit Verzerrungen hinsichtlich der Interpretation der Daten zu rechnen ist.

Die Daten wurden hinsichtlich des Hochschultyps gewichtet. Die Gewichtungsfaktoren (Tab. 1) bewegen sich dabei zwischen Werten von 0,83 und 2,57 (Tab. 4). Der folgende Bericht bezieht sich nur auf die Auswertung der gewichteten Daten.

	Universität		Fachhochschule		Kunst- und Musikhochschule		Gesamt	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Science 2.0-Survey	1.241	87,1%	167	11,7%	17	1,2%	1.425	100%
Stat. Bundesamt 2012 ⁵	257.668	72,8%	85.173	24,1%	10.849	3,1%	353.690	100%
Gewichtungsfaktor	0,8365		2,0548		2,5712			

Tab. 1: Gewichtungsfaktoren Science 2.0-Survey 2014 nach Hochschulart

Soziodemografisch lässt sich das gewichtete Sample folgendermaßen beschreiben: 43 Prozent der Befragten gaben an, weiblich zu sein, 55 Prozent ordneten sich dem männlichen Geschlecht zu und 1,6 Prozent der Befragten machten keine Aussage zu ihrem Geschlecht (Tab. 2). Die befragten Wissenschaftler/-innen waren durchschnittlich 38 Jahre alt (SD=12,5). Die Altersstruktur des Samples zeigt, dass sich vor allem jüngere Wissenschaftler/-innen an der Befragung beteiligt haben (Tab. 3). 45 Prozent der befragten Wissenschaftler/-innen sind zwischen 25 und 34 Jahre alt.

Im Vergleich zur Grundgesamtheit der Wissenschaftler/-innen an bundesdeutschen Hochschulen (Statistisches Bundesamt 2014) sind Frauen in der Befragung damit überrepräsentiert, während Männer unterrepräsentiert sind. Hinsichtlich des Alters ergeben sich Abweichungen in den Altersgruppen der unter 24-Jährigen und der mindestens 60-Jährigen, die im Sample unterrepräsentiert sind, während die 30- bis 34-Jährigen überrepräsentiert sind.

Das Datensample ist, wie schon im Vorjahr, stark vom akademischen Mittelbau geprägt (Tab. 5). Die meisten Wissenschaftler/-innen sind als Wissenschaftliche Mitarbeiter/-innen oder Doktorand/-innen und wissenschaftliche Mitarbeiter/-in angestellt. Beide Gruppen machen zusammen 55 Prozent des befragten Samples aus. Fast ein Viertel der Befragten sind zudem Professor/-innen. 12 Prozent der Wissenschaftler/-innen waren zum Zeitpunkt der Befragung weniger als ein Jahr im Hochschulbereich beschäftigt, 13 Prozent der Befragten arbeiteten bereits ein bis drei Jahre im Hochschulbereich, 12 Prozent vier bis sechs Jahre und 10 Prozent mehr als 20 Jahre (Tab. 6).

31 Prozent der Befragten gehören den mathematischen und naturwissenschaftlichen Fächern an, Ingenieurwissenschaftler/-innen sind zu 21 Prozent im Sample vertreten, Sprach- und Kulturwissenschaftler/-innen wie auch Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler/-innen machen jeweils einen Anteil von 18 Prozent aus (Tab. 7). Für die Interpretation der Ergebnisse sollte deswegen beachtet werden, dass im Vergleich zu den statistischen Daten (Statistisches Bundesamt 2014) Mathematiker/-innen und Naturwissenschaftler/-innen im Sample stark überrepräsentiert sind. Ingenieurwissenschaftler/-innen und Sprach- und Kulturwissenschaftler/-innen sind hingegen leicht überrepräsentiert. Zudem ist zu konstatieren, dass Angehörige der

⁵ Die Ermittlung der Gewichtungsfaktoren fand vor der Veröffentlichung des Berichts „Bildung und Kultur. Personal an Hochschulen 2013“ im September 2014 statt und erfolgte daher auf der Basis der Daten für das Jahr 2012. In den folgenden Überblickstabellen werden als Vergleichsgröße hingegen jeweils die Daten für das Jahr 2013 herangezogen.

Humanmedizin mit dieser Befragung erneut kaum erreicht werden konnten und daher im Sample deutlich unterrepräsentiert sind.

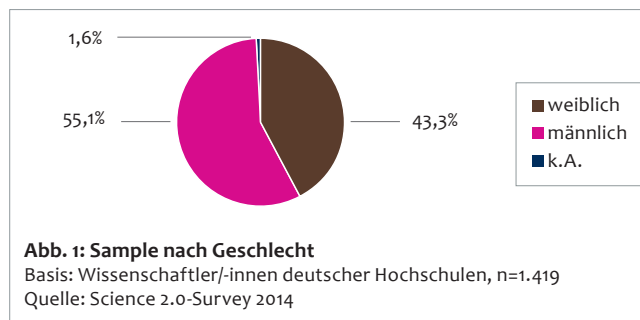
Betrachtet man die Tätigkeitsfelder, so sind Wissenschaftler/-innen an bundesdeutschen Hochschulen vor allem im Bereich von Forschung und Lehre tätig (Tab. 9). Für 29 Prozent der befragten Wissenschaftler/-innen machen Forschungstätigkeiten die Hauptaufgabe, mit über 50 Prozent Umfang der Beschäftigung, aus. Die Lehrtätigkeit nimmt für knapp ein Viertel (22%) der Wissenschaftler/-innen über 50 Prozent ihrer Arbeitszeit in Anspruch. 37 Prozent der Wissenschaftler/-innen verwenden über 30 Prozent ihrer Arbeitszeit auf administrative Zwecke. Nur 13 Prozent gaben an, über 30 Prozent ihrer Arbeitszeit für Wissenschaftskommunikation aufzuwenden. Ebenso gaben 35 Prozent der Wissenschaftler/-innen an, überhaupt nicht mit Tätigkeiten der Wissenschaftsadministration betraut zu sein, 46 Prozent der Befragten sind nicht im Bereich der Wissenschaftskommunikation tätig.

Geschlecht

	Häufigkeit	Prozent	Sta. BA 2013	
weiblich	614	43,3%	139.561	37,7%
männlich	782	55,1%	230.286	62,3%
k.A.	23	1,6%	0	0%
Gesamt	1.419	100%	369.847	100%

Tab. 2: Sample nach Geschlecht im Vergleich zur Grundgesamtheit

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419;
Vergleichswerte der amtlichen Statistik, Stand 2013.
Quelle: Science 2.0-Survey 2014, Statistisches Bundesamt (2014)

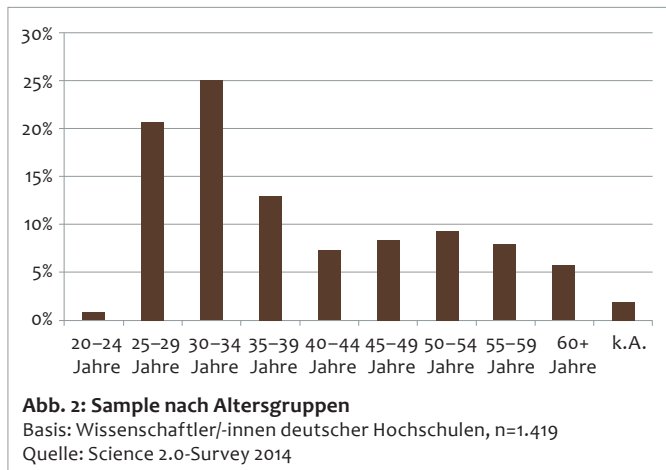


Altersgruppen

	Häufigkeit	Prozent	Sta. BA 2013	
20–24 Jahre	10	0,7%	14.559	3,9%
25–29 Jahre	296	20,9%	80.808	21,8%
30–34 Jahre	352	24,8%	70.158	18,9%
35–39 Jahre	183	12,9%	43.246	11,7%
40–44 Jahre	103	7,3%	35.440	9,6%
45–49 Jahre	119	8,4%	3.7041	10%
50–54 Jahre	133	9,4%	31.592	8,5%
55–59 Jahre	112	7,9%	18.266	4,9%
60+ Jahre	84	5,9%	30.790	8,3%
k.A.	25	1,8%	1.745	0,5%
Gesamt	1.419	100%	369.847	100%

Tab. 3: Sample nach Altersgruppen im Vergleich zur Grundgesamtheit

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419;
Vergleichswerte der amtlichen Statistik, Stand 2013.
Quelle: Science 2.0-Survey 2014, Statistisches Bundesamt (2014)



Hochschulart

	Häufigkeit	Prozent	Sta. BA 2013	
Universität	1.033	72,7%	268.834	72,7%
Fachhochschule	338	23,8%	89.979	24,9%
Kunst- und Musikhochschule	46	3,3%	11.034	2,9%
Sonstiges	4	0,2%		
Gesamt	1.421	100%	369.847	100%

Tab. 4: Sample nach Hochschulart im Vergleich zur Grundgesamtheit

Mehrfachantworten möglich.

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419;
Vergleichswerte der amtlichen Statistik, Stand 2013.

Quelle: Science 2.0-Survey 2014, Statistisches Bundesamt (2014)

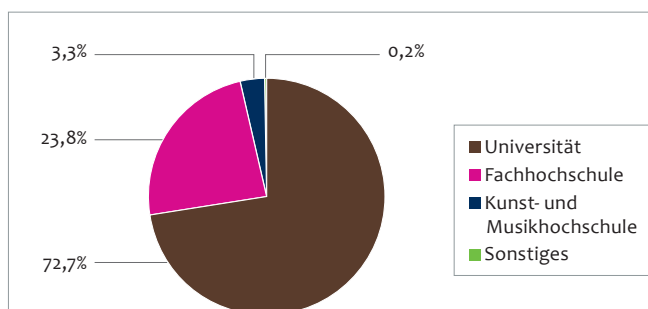


Abb. 3: Sample nach Hochschulart

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Wissenschaftlicher Status

	Häufigkeit	Prozent
Wiss. Hilfskraft	25	1,7%
Doktorand/-in	67	4,7%
Doktorand/-in und wiss. Mitarbeiter/-in	315	22,2%
Wiss. Mitarbeiter/-in	459	32,4%
Postdoktorand/-in	90	6,4%
Jun.-Professor/-in	15	1,1%
Akadem. Rat/Rätin	27	1,9%
Priv.dozent/-in	34	2,4%
Professor/-in	332	23,4%
Sonstiges	54	3,8%
k.A.	1	0,1%
Gesamt	1.419	100%

Tab. 5: Sample nach wissenschaftlichem Status

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

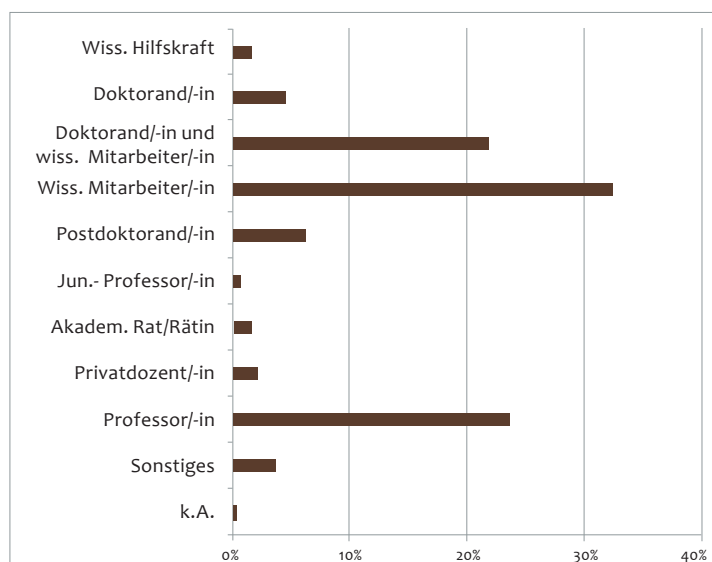


Abb. 4: Sample nach wissenschaftlichem Status

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Beschäftigungsdauer im Hochschulbereich

	Häufigkeit	Prozent
<1 Jahr	165	11,6%
1–3 Jahre	185	13%
4–6 Jahre	166	11,7%
7–12 Jahre	151	10,7%
13–20 Jahre	141	9,9%
>20 Jahre	137	9,7%
k.A.	473	33,4%
Gesamt	1.419	100%

Tab. 6: Sample nach Beschäftigungsdauer im Hochschulbereich

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

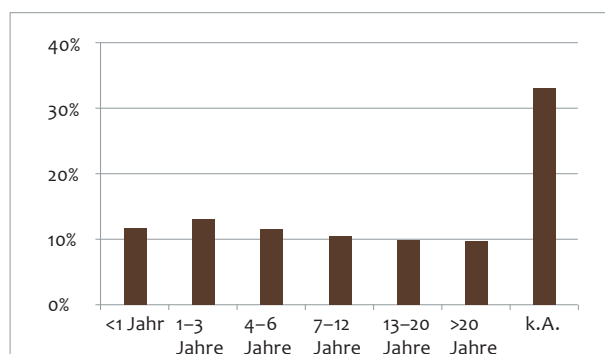


Abb. 5: Sample nach Beschäftigungsdauer im Hochschulbereich

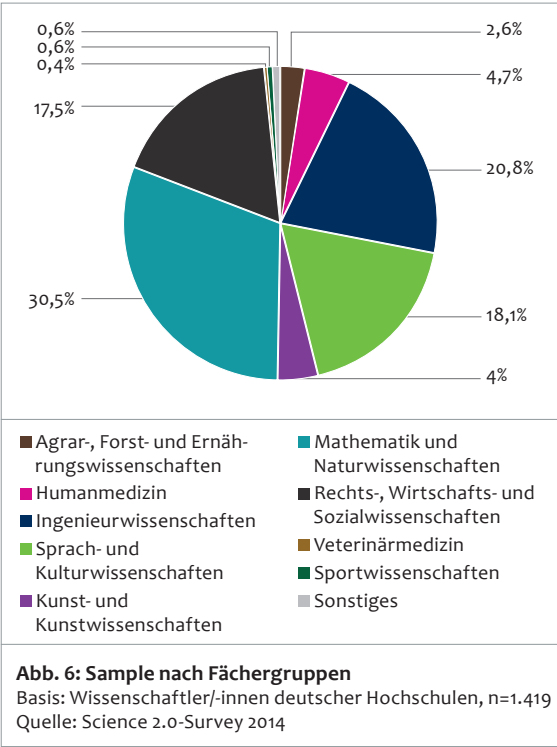
Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Fächergruppen

	Häufigkeit	Prozent	Sta. BA 2013	
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	37	2,6%	6.797	1,8%
Humanmedizin	67	4,7%	64.218	17,4%
Ingenieurwissenschaften	296	20,8%	58.824	15,9%
Sprach- und Kulturwissenschaften	257	18,1%	49.586	13,4%
Kunst und Kunstwissenschaften	57	4%	18.905	5,1%
Mathematik und Naturwissenschaften	433	30,5%	69.839	18,9%
Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	249	17,5%	69.121	18,7%
Veterinärmedizin	6	0,4%	1.758	0,5%
Sportwissenschaften	8	0,6%	3.240	0,9%
Sonstiges	8	0,6%	27.559	7,5%
Gesamt	1.419	100%	369.847	100%

Tab. 7: Sample nach Fächergruppen
 Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419
 Vergleichswerte der amtlichen Statistik, Stand 2013.
 Die Zuordnung zu den Fächergruppen wurde anhand der Systematik des Statistischen Bundesamtes (2013a) vorgenommen.
 Quelle: Science 2.0-Survey 2014, Statistisches Bundesamt (2014)



Befragte nach Fächergruppen, Geschlecht, Alter und wissenschaftlichem Status

		Agrar-, Forst- und Ernährungs- wissen- schaften		Human- medizin		Ingenieur- wissen- schaften		Sprach- u. Kultur- wissen- schaften		Kunst und Kunst- wissen- schaften		Mathematik und Natur- wissen- schaften		Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissen- schaften		Veter- inär- medizin		Sport- wissen- schaften		Sonstige	
Geschlecht	weiblich	20	53,4%	36	54%	79	26,6%	156	60,8%	21	36,4%	174	40,3%	111	44,7%	5	73,1%	5	60%	7	89,4%
	männlich	17	44,4%	31	46%	214	72,4%	96	37,1%	33	58,6%	253	58,3%	134	53,8%	2	26,9%	3	30%	1	10,6%
	k.A.	1	2,2%	0	0%	3	1%	5	2,1%	3	5%	6	1,4%	4	1,6%	0	0%	1	10%	0	0%
	Gesamt	37	100%	67	100%	296	100%	257	100%	57	100%	433	100%	249	100%	6	100%	9	100%	8	100%
Altersgruppe	20–24 Jahre	0	0%	0	0%	3	0,8%	1	0,3%	0	0%	6	1,4%	1	0,3%	0	0%	0	0%	0	0%
	25–29 Jahre	6	15,7%	10	15%	66	22,4%	38	14,9%	10	16,7%	112	25,9%	50	19,9%	2	32,8%	2	20%	1	10,6%
	30–34 Jahre	16	42,1%	14	21%	66	22,5%	59	23,1%	13	22,5%	119	27,5%	59	23,8%	0	0%	2	20%	4	47%
	35–39 Jahre	4	10%	12	18%	43	14,5%	47	18,3%	7	11,6%	40	9,3%	30	11,9%	0	0%	0	0%	1	10,6%
	40–44 Jahre	2	5,5%	2	2,5%	22	7,6%	14	5,5%	5	8,6%	38	8,9%	19	7,5%	0	0%	0	0%	1	10,6%
	45–49 Jahre	2	5,5%	9	13%	21	7%	22	8,5%	6	10,1%	30	6,8%	27	10,8%	0	0%	3	40%	0	0%
	50–54 Jahre	2	4,5%	3	5%	23	7,8%	27	10,7%	11	19,6%	39	8,9%	26	10,6%	2	26,9%	0	0%	0	0%
	55–59 Jahre	4	10%	11	16,8%	30	10%	23	9%	5	8%	15	3,5%	24	9,7%	1	13,4%	0	0%	0	0%
	60+ Jahre	2	4,5%	6	8,7%	19	6,4%	18	7,2%	2	2,9%	27	6,2%	11	4,3%	0	0%	0	0%	0	0%
	k.A.	1	2,2%	0	0%	3	1%	6	2,4%	0	0%	7	1,6%	3	1,2%	2	26,9%	2	20%	2	21,2%
	Gesamt	37	100%	67	100%	296	100%	257	100%	57	100%	433	100%	249	100%	6	100%	8	100%	8	100%
Wissenschaftlicher Status	Akadem. Rat/Rätin	0	0%	1	1,2%	2	0,6%	9	3,6%	0	0%	9	2,1%	3	1,3%	0	0%	3	30%	0	0%
	Doktorand/-in	2	4,5%	5	7,5%	14	4,8%	5	2%	1	1,5%	28	6,4%	11	4,5%	0	0%	1	10%	1	10,6%
	Doktorand/-in und wiss. Mitarbeiter/-in	10	25,7%	8	12,5%	64	21,6%	55	21,3%	7	13,1%	118	27,4%	49	19,8%	2	32,8%	1	10%	0	0%
	Postdoktorand/-in	3	6,7%	9	13%	6	2%	11	4,2%	0	0%	53	12,2%	10	3,9%	0	0%	0	0%	0	0%
	Privatdozent/-in	0	0%	5	8%	0	0%	7	2,6%	12	20,9%	6	1,4%	3	1,2%	1	13,4%	0	0%	0	0%
	Jun.-Professor/-in	0	0%	0	0%	1	0,3%	3	1%	2	2,9%	3	0,8%	7	2,7%	0	0%	0	0%	0	0%
	Professor/-in	9	23,2%	10	15,5%	72	24,3%	57	22,2%	14	24,0%	75	17,3%	91	36,7%	3	40,3%	2	20%	0	0%
	Wiss. Hilfskraft	2	5,5%	3	3,7%	6	2%	6	2,3%	0	0%	5	1,2%	3	1,3%	0	0%	0	0%	0	0%
	Wiss. Mitarbeiter/-in	13	34,4%	25	37,2%	125	42,1%	87	33,9%	11	19,5%	127	29,3%	64	25,9%	1	13,4%	3	30%	4	53%
	Sonstiges	0	0%	1	1,2%	7	2,4%	17	6,8%	10	18,1%	9	2%	7	2,7%	0	0%	0	0%	3	36,5%
	Gesamt	37	100%	67	100%	296	100%	256	100%	57	100%	433	100%	249	100%	6	100%	8	100%	8	100%

Tab. 8: Sample nach Fächergruppen, Geschlecht, Alter und wissenschaftlichem Status

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419.

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Tätigkeitsschwerpunkt

	Forschung		Lehre		Wissenschafts-administration		Wissenschafts-kommunikation		Sonstige Tätigkeiten	
0%	119	8,4%	234	16,5%	490	34,5%	645	45,5%	840	59,2%
1–10%	227	16%	215	15,2%	403	28,4%	587	41,4%	313	22,1%
11–30%	375	26,4%	378	26,6%	399	28,1%	167	11,7%	196	13,8%
31–50%	290	20,5%	274	19,3%	94	6,6%	14	1%	41	2,9%
51–70%	165	11,6%	152	10,7%	23	1,6%	4	0,3%	15	1,1%
71–90%	181	12,7%	118	8,3%	9	0,6%	2	0,1%	11	0,8%
91–100%	62	4,3%	47	3,3%	1	0,1%	0	0%	2	0,1%
Gesamt	1.419	100%	1.419	100%	1.419	100%	1.419	100%	1.419	100%

Tab. 9a: Sample nach Tätigkeitsschwerpunkt

Mehrfachantworten möglich

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

	Universität		Fachhochschule		Kunst- u. Musikhochschule	
Forschung	0%	50 4,8%	54 16%	17 36,2%		
	1–10%	98 9,5%	121 35,8%	9 19,1%		
	11–30%	285 27,6%	80 23,7%	9 19,1%		
	31–50%	247 23,9%	35 10,4%	9 19,1%		
	51–70%	145 14,1%	16 4,7%	3 6,4%		
	71–90%	158 15,3%	22 6,5%	0 0%		
	91–100%	49 4,7%	10 3%	0 0%		
Lehre	0%	178 17,2%	47,0 13,9%	6,0 12,5%		
	1–10%	182 17,6%	31,0 9,1%	3,0 6,3%		
	11–30%	337 32,6%	35,0 10,3%	6,0 12,5%		
	31–50%	220 21,3%	51,0 15%	3,0 6,3%		
	51–70%	68 6,7%	78,0 23%	6,0 12,5%		
	71–90%	36 3,5%	70,0 20,6%	12,0 25%		
	91–100%	11 1,1%	27,0 8%	12,0 25%		
Wissenschafts-kommunikation	0%	465 45%	148 43,8%	32 68,1%		
	1–10%	425 41,1%	149 44,1%	12 25,5%		
	11–30%	130 12,6%	37 10,9%	0 0%		
	31–50%	9 0,9%	2 0,6%	3 6,4%		
	51–70%	2 0,2%	2 0,6%	0 0%		
	71–90%	0 0%	0 0%	0 0%		
	91–100%	2 0,2%	0 0%	0 0%		
Wissenschafts-administration	0%	341 33%	117 34,6%	32 68,1%		
	1–10%	279 27%	119 35,2%	6 12,8%		
	11–30%	312 30,2%	80 23,7%	6 12,8%		
	31–50%	75 7,3%	16 4,7%	3 6,4%		
	51–70%	19 1,8%	4 1,2%	0 0%		
	71–90%	7 0,7%	2 0,6%	0 0%		
	91–100%	1 0,1%	0 0%	0 0%		

Tab. 9b: Sample nach Hochschulart und Tätigkeitsschwerpunkt

Mehrfachantworten möglich

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

4. Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen

Hauptanliegen der Studie ist es, den aktuellen Stand der Verbreitung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen bei Wissenschaftler/-innen zu erfassen und Aussagen über die Intensität, den Kontext sowie die Gründe ihrer Nutzung zu treffen. Im Fokus steht dabei die berufliche Nutzung, die im Folgenden intensiver beschrieben wird. In der Befragung wurde nach der Nutzung von 18 verschiedenen Werkzeugen bzw. Anwendungen gefragt. Um ein möglichst einheitliches Verständnis der Tools unter den Befragten zu erreichen, wurden nach Möglichkeit jeweils Beispielanwendungen genannt, die für das jeweilige Werkzeug typisch sind (Tab. 10).

Für die Darstellung der Befragungsergebnisse wird in der Regel als Basis die gesamte Stichprobe ($n=1.419$) herangezogen. Dort wo es sich zur besseren Veranschaulichung eignet, beziehen sich die Angaben zur Nutzung der Werkzeuge und Anwendungen auf die Gruppe derjenigen Befragungsteilnehmer/-innen, die das jeweilige Werkzeug bzw. die jeweilige Anwendung nutzen. Im Text wird entsprechend darauf hingewiesen, ob sich der dargestellte Sachverhalt auf die Nutzer/-innen des jeweiligen Werkzeugs oder auf alle Wissenschaftler/-innen des Samples bezieht.

Werkzeug/Anwendung	Im Fragebogen genannte Beispielanwendungen
Wikipedia*	---
Mailinglisten	---
Online-Archive/Datenbanken	Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org
Content Sharing/Cloud-Dienste	Dropbox, Slideshare
Internetforen*	---
Andere Wikis*	Firmenwiki, fachspezifische Wikis
Videokonferenz/VoIP	Skype, Adobe Connect
Literaturverwaltungsprogramme	Mendeley, Zotero
Video/Foto-Community-Portale*	YouTube, Flickr
Lernmanagementsysteme	OLAT/OPAL, Moodle
Chat/Instant Messaging	Skype, ICQ
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke	Xing, Academia.edu
Terminierungs- und Koordinationstools	Foodle, Asana, Trello
Soziale Netzwerke*	Facebook, Google+
Online-Texteditoren	EtherPad, Google Docs
Weblogs*	---
Mikroblogs*	Twitter
Social Bookmarking Services	Delicious, Bibsonomy

Tab. 10: Übersicht der abgefragten Werkzeuge und der genannten Beispielanwendungen
Ein Stern (*) markiert Anwendungen, für die zusätzlich nach aktiver und passiver Nutzung gefragt wurde.

4.1 Allgemeine Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen

Insgesamt ist der **Bekanntheitsgrad** der abgefragten Werkzeuge und Anwendungen unter Wissenschaftler/-innen als hoch zu bewerten. Die Mehrheit der Tools sind mehr als 90 Prozent der Wissenschaftler/-innen bekannt. Nur fünf Werkzeuge sind unter Wissenschaftler/-innen weniger bekannt. Dazu gehören Literaturverwaltungsprogramme (14% „kenne ich nicht“), Lernmanagementsysteme (16%), Online-Texteditoren (18%), Terminierungs- und Koordinationstools (29%) und Social Bookmarking Services (49%).

Auch die **allgemeine Nutzung der Online-Werkzeuge** ist unter Wissenschaftler/-innen weit verbreitet. Zwölf der 18 abgefragten onlinebasierten Werkzeuge und Social-Media-Anwendungen werden von mindestens der Hälfte der Wissenschaftler/-innen genutzt (Tab. 11). Einzig Online-Texteditoren, Weblogs und Mikroblogs werden von der Mehrheit der Wissenschaftler/-innen nicht genutzt. Die Nutzung onlinebasierter Werkzeuge ist dabei noch immer einer dynamischen Entwicklung unterworfen. Es lässt sich noch nicht abschließend beurteilen, inwieweit sich vom bisherigen Durchdringungsgrad Entwicklungstendenzen ableiten lassen. Betrachtet man im Vergleich die Entwicklung der Internetnutzung in der Bevölkerung, so ist zu beobachten, dass diese noch immer zunimmt, wobei unterschiedliche Motivlagen zu verschiedenen Nutzungsmustern führen sowie eine stark individualisierte Nutzung von Internetangeboten in Verbindung mit einer Flexibilisierung der Zugangstechnologien zu verzeichnen ist (van Eimeren & Frees 2014). Auf die wissenschaftliche Nutzung onlinebasierter Werkzeuge übertragen, lässt sich ableiten, dass sich auch hier spezifische Nutzungsmuster herausbilden und im beruflichen Alltag verankern werden.

Überwiegend nutzen Wissenschaftler/-innen auch 2014 noch immer Notebooks (83%) und stationäre PCs (78%), um mit onlinebasierten Werkzeugen zu arbeiten (Tab. 12). Die Hälfte der Wissenschaftler/-innen greift jedoch schon per Smartphone auf die verschiedenen Werkzeuge und Anwendungen zu. Tablet-PCs werden von 27 Prozent der Wissenschaftler/-innen für die digitale wissenschaftliche Arbeit eingesetzt.

Allgemeine Nutzung von Online-Werkzeugen

	nutze ich		nutze ich nicht		kenne ich nicht		keine Angabe	
Wikipedia	1.383	97,5%	31	2,2%	1	0,1%	4	0,3%
Mailinglisten	1.095	77,1%	288	20,3%	32	2,3%	5	0,3%
Online-Archive und Datenbanken	1.065	75,1%	274	19,3%	73	5,1%	7	0,5%
Content Sharing/Cloud-Dienste	1.085	76,5%	283	19,9%	43	3,1%	8	0,6%
Internetforen	956	67,4%	440	31%	18	1,2%	5	0,3%
Andere Wikis	836	59%	503	35,4%	71	5%	9	0,6%
Videokonferenzen/VoIP	983	69,3%	418	29,5%	8	0,6%	9	0,6%
Literaturverwaltung	775	54,6%	434	30,6%	203	14,3%	7	0,5%
Video/Foto-Community-Portale	1.105	77,9%	296	20,9%	10	0,7%	7	0,5%
Lernmanagementsysteme	718	50,6%	473	33,3%	221	15,6%	7	0,5%
Chat/Instant Messaging	951	67%	449	31,6%	12	0,8%	7	0,5%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke	703	49,6%	659	46,4%	50	3,5%	7	0,5%
Terminierungs- und Koordinationstools	639	45%	359	25,3%	415	29,2%	6	0,4%
Soziale Netzwerke	762	53,7%	641	45,2%	9	0,7%	7	0,5%
Online-Texteditoren	379	26,7%	782	55,1%	249	17,6%	9	0,6%
Weblogs	429	30,3%	853	60,1%	126	8,9%	10	0,7%
Mikroblogs	184	12,9%	1.188	83,7%	39	2,8%	8	0,6%
Social Bookmarking Services	75	5,3%	647	45,6%	691	48,7%	5	0,4%

Tab. 11: Allgemeine Nutzung von Online-Werkzeugen

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Endgerätenutzung

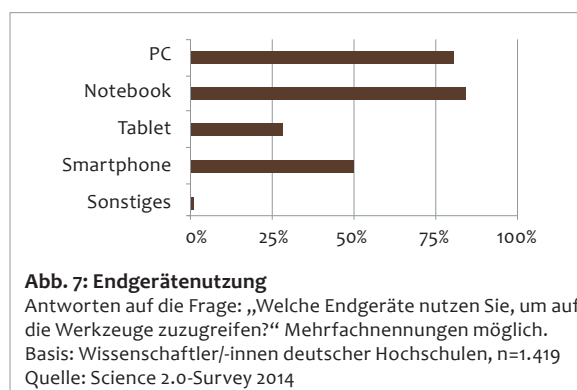
	Häufigkeit	Prozent
PC	1.109	78,1%
Notebook	1.180	83,1%
Tablet	383	27%
Smartphone	715	50,4%
Sonstiges	14	1%

Tab. 12: Endgerätenutzung

Antworten auf die Frage: „Welche Endgeräte nutzen Sie, um auf die Werkzeuge zuzugreifen?“ Mehrfachnennungen möglich.

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014



4.2 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen im akademischen Alltag

Im beruflichen Kontext lässt sich ebenfalls insgesamt eine hohe Verbreitung von Online-Werkzeugen und Social-Media-Anwendungen konstatieren. Allerdings zeigen sich bei näherer Betrachtung der wissenschaftsbezogenen Nutzung auch größere Unterschiede zur allgemeinen Nutzung. Im beruflichen Kontext werden neun der 18 abgefragten Werkzeuge von mindestens der Hälfte der befragten Wissenschaftler/-innen genutzt (Tab. 13). Die beliebtesten Werkzeuge im beruflichen Kontext sind dabei die Wikipedia (94%), Mailinglisten (76%), Online-Archive und Datenbanken (75%), Content Sharing und Cloud-Dienste (70%) sowie Internetforen (57%). Eine weniger breite Anwendung finden vor allem Web 2.0-Werkzeuge wie Soziale Netzwerke (28%), Online-Texteditoren (24%), Weblogs (24%), Mikroblogs (9%) und Social Bookmarking Services (5%).

Im Vergleich zum Vorjahr (Pscheida et al. 2014) bleibt dieses Niveau der beruflichen Nutzung auch im Jahr 2014 konstant. Etablierte, weit verbreitete Anwendungen wie die Wikipedia oder Online-Archive und Datenbanken werden von Wissenschaftler/-innen weiterhin für die akademische Praxis favorisiert. Anwendungen wie Weblogs, Online-Texteditoren, Soziale Netzwerke, Mikroblogs und Social Bookmarking Services finden im wissenschaftlichen Alltag hingegen nur eingeschränkt Anwendung und werden von maximal 28 Prozent der Wissenschaftler/-innen in ihrem Arbeitsalltag eingesetzt.

Am intensivsten werden onlinebasierte Werkzeuge und Social-Media-Anwendungen von den 30- bis 34-Jährigen genutzt. So sind ein Drittel der Mikroblogger/-innen und der Nutzer/-innen von Online-Texteditoren in der Wissenschaft zwischen 30 und 34 Jahre alt. Insgesamt macht diese Altersgruppe zwischen 23 und 33 Prozent der Nutzer/-innen onlinebasierter Werkzeuge im akademischen Arbeitsalltag aus. Weiterhin stark verbreitet ist der Einsatz der Werkzeuge bei den 25- bis 29-Jährigen. Zwischen 19 Prozent und 27 Prozent Nutzungsanteil findet sich in dieser Altersgruppe. Mindestens 40 Prozent derjenigen Wissenschaftler/-innen, die die abgefragten Werkzeuge beruflich nutzen, sind somit zwischen 25 und 34 Jahre alt (Tab. 16).

Mit Blick auf die **Statusgruppen** (Tab. 18) werden onlinebasierte Werkzeuge und Social-Media-Anwendungen am stärksten von wissenschaftlichen Mitarbeiter/-innen (31%) genutzt. Doktorand/-innen, die gleichzeitig wissenschaftliche Mitarbeiter/-innen (23%) sind, und Professor/-innen (23%) setzen onlinebasierte Werkzeuge auch sehr stark im akademischen Alltag ein. Dreiviertel der akademischen Nutzung von Online-Werkzeugen wird durch diese drei Statusgruppen abgedeckt.

Hinsichtlich der Nutzung onlinebasierter Werkzeuge unter den **Geschlechtern** (Tab. 15) ist zu beobachten, dass der Anteil der Wissenschaftlerinnen an der beruflichen Nutzung von onlinebasierten Werkzeugen und Social-Media-Anwendungen fast durchgängig etwas geringer ist, als der ihrer männlichen Kollegen. Die größten Unterschiede weisen dabei Andere Wikis (60% vs. 39%), Terminierungs- und Koordinierungstools (59% vs. 40%) und Weblogs (57% vs. 41%) auf. Die einzigen beiden Werkzeuge, die zu gleichen Teilen von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern genutzt werden, sind Soziale Netzwerke und Literaturverwaltungsprogramme.

Mit Blick auf die **Fächergruppen** (Tab. 17) nutzen Naturwissenschaftler/-innen und Mathematiker/-innen Online-Werkzeuge beruflich am intensivsten. Nur Social Bookmarking Services sind bei den Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (34%) und bei den Sprach- und Kulturwissenschaften (29%) für die akademische Nutzung stärker verbreitet. Die Wikipedia (31%) und Andere Wikis (35%) werden nach den Wissenschaftler/-innen aus Mathematik und Naturwissenschaften am zweithäufigsten von Ingenieur/-innen eingesetzt (Wikipedia: 21%, Andere Wikis: 23%). Weitere Werkzeuge, die von Ingenieur/-innen für die berufliche Nutzung bevorzugt werden, sind Internetforen (21%), Lernmanagementsysteme (21%) und Online-Archive und Datenbanken (20%). Dagegen nutzen Ingenieur/-innen eher zurückhaltend Social-Media-Anwendungen wie Online-Texteditoren (14%), Weblogs (13%) oder Soziale Netzwerke (9%). Die berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen ist an bundesdeutschen Hochschulen damit besonders in der Mathematik und den Naturwissenschaften weit verbreitet, gefolgt von den Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und den Sprach- und Kulturwissenschaften. In den vier großen Fachdisziplinen Mathematik und Naturwissenschaften, Sprach- und Kulturwissenschaften, Ingenieurwissen-

schaften sowie Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften liegt die Adoption⁶ onlinebasierter Werkzeuge im Bereich der Early Majority. Einzig in den Ingenieurwissenschaften liegen Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (14%), Mikroblogs (12%), Weblogs (13%), Online-Texteditoren (14%), Chats (15%), Soziale Netzwerke (9%) und Social Bookmarking Services (4%) noch im Bereich der Early Adoption mit Nutzungsraten zwischen 10% und 15%.

Betrachtet man die **Nutzungsintensität** (Tab. 14) werden die meisten onlinebasierte Werkzeuge und Social-Media-Anwendungen im beruflichen Kontext häufig (mehrmals wöchentlich oder wöchentlich) oder aber gelegentlich (monatlich oder seltener) genutzt. Nur wenige onlinebasierte Werkzeuge oder Web 2.0-Anwendungen werden sehr oft, d.h. mindestens täglich, für die Unterstützung des beruflichen Alltags von Wissenschaftler/-innen eingesetzt. Ausgehend von den Wissenschaftler/-innen, welche die jeweiligen Werkzeuge beruflich nutzen, werden sehr oft Soziale Netzwerke (18%), Mikroblogs (17%), Content Sharing und Cloud-Dienste (16%) sowie Chats (12%) verwendet. Hingegen werden Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (1%), Videokonferenzen (2%) oder Video/Foto-Community-Portale (2%) nur von einem geringen Anteil Wissenschaftler/-innen sehr oft im beruflichen Kontext genutzt. Online-Werkzeuge, die von den Wissenschaftler/-innen vor allem häufig, d.h. mindestens einmal die Woche, für berufliche Zwecke eingesetzt werden, sind vor allem die Wikipedia (56%), Internetforen (49%), Online-Archive und Datenbanken (46%) und Mailinglisten (45%). Videokonferenzen (67%) und Terminierungs- und Koordinationstools (66%) werden vorwiegend gelegentlich, d.h. maximal einmal im Monat, zur Unterstützung der akademischen Arbeit herangezogen. Weitere Werkzeuge, die von einem großen Teil der Wissenschaftler/-innen vor allem gelegentlich genutzt werden, sind Online-Texteditoren (55%), Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (52%) und Andere Wikis (47%).

Berufliche und private Nutzung von Online-Werkzeugen

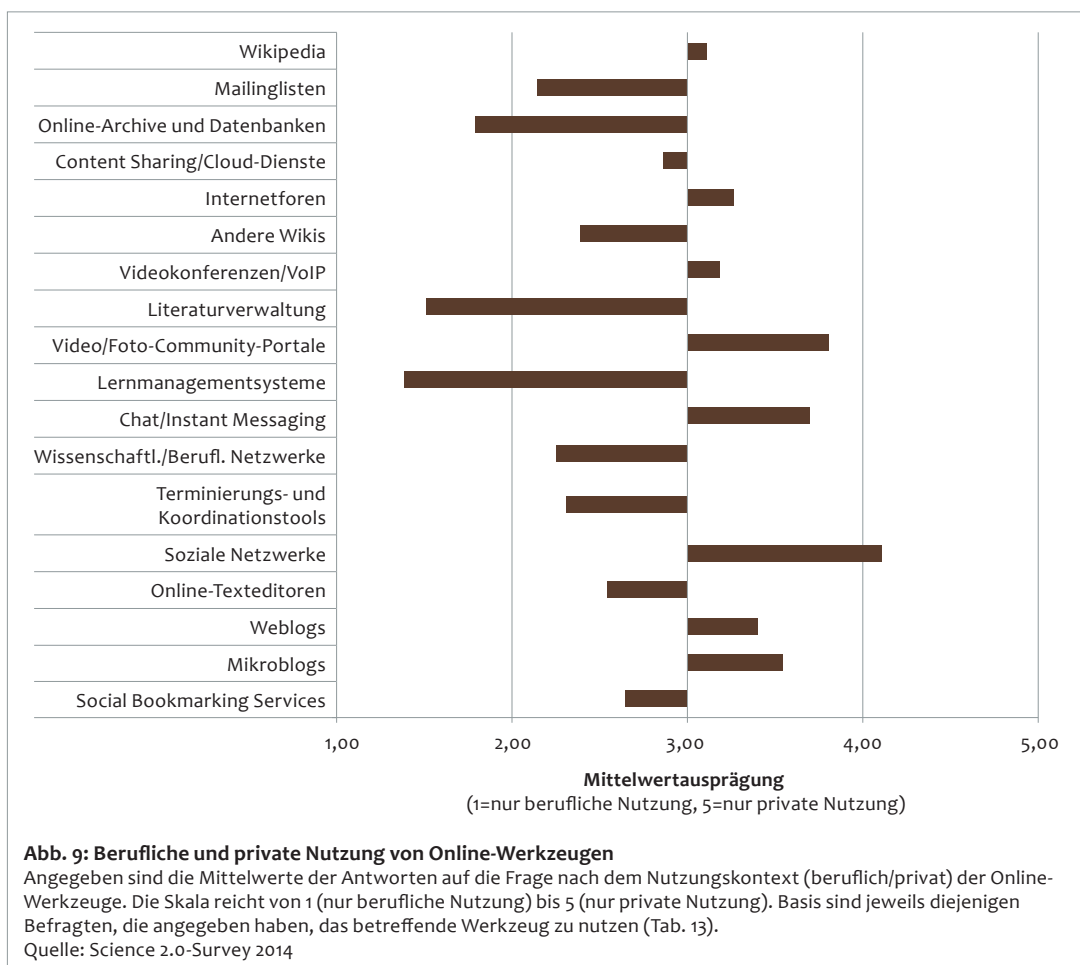
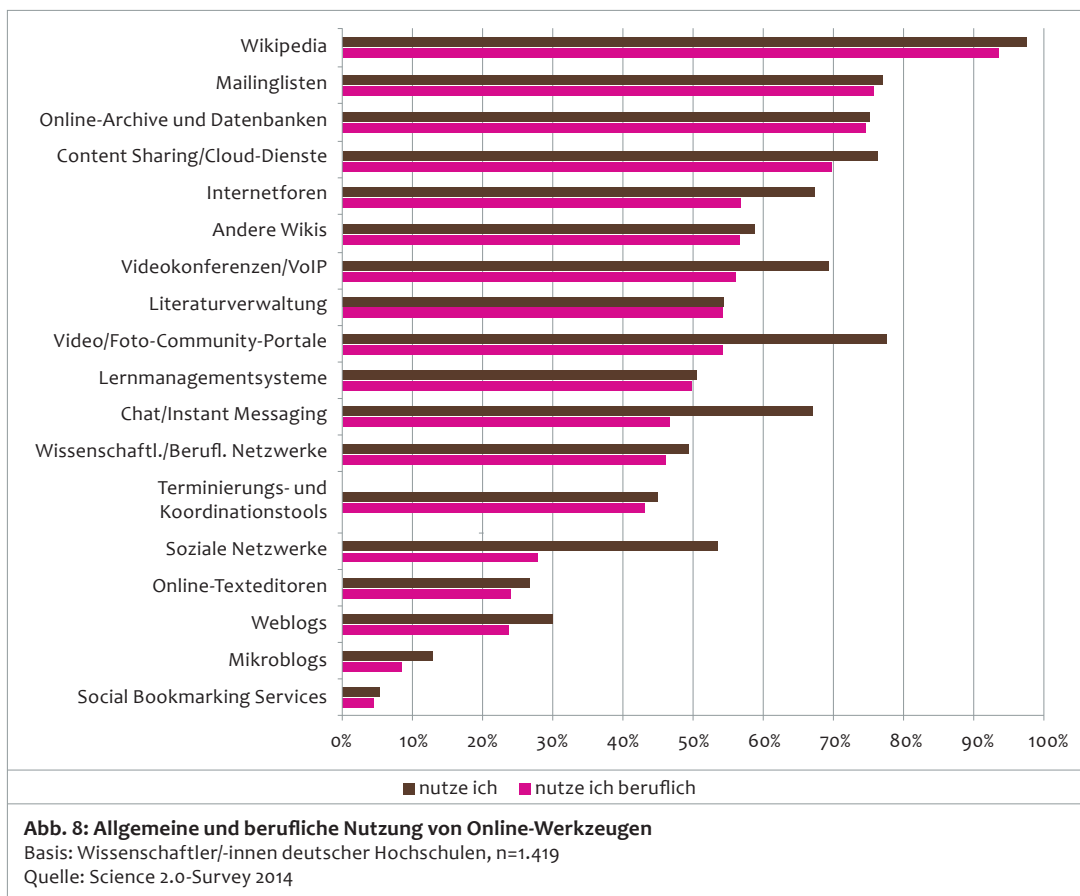
	nur beruflich (1)		primär beruflich (2)		beruflich und privat (3)		primär privat (4)		nur privat (5)		M	N berufl. Nutzung (1-4)
Wikipedia	18	1,3%	71	5%	1098	77,4%	142	10%	54	3,8%	3,10	1.330
Mailinglisten	335	23,6%	321	22,6%	402	28,4%	18	1,3%	18	1,3%	2,14	1.077
Online-Archive und Datenbanken	444	31,3%	423	29,8%	184	13%	8	0,6%	6	0,4%	1,79	1.059
Content Sharing/Cloud-Dienste	127	9,0%	186	13,1%	576	40,6%	103	7,2%	93	6,6%	2,86	991
Internetforen	52	3,6%	115	8,1%	473	33,3%	167	11,8%	150	10,6%	3,26	806
Andere Wikis	183	12,9%	244	17,2%	342	24,1%	35	2,5%	32	2,3%	2,39	804
Videokonferenzen/VoIP	105	7,4%	151	10,7%	377	26,6%	165	11,6%	185	13%	3,18	798
Literaturverwaltung	499	35,1%	173	12,2%	91	6,4%	7	0,5%	5	0,3%	1,51	770
Video/Foto-Community-Portale	25	1,7%	49	3,5%	387	27,3%	307	21,6%	337	23,7%	3,80	768
Lernmanagementsysteme	521	36,7%	147	10,4%	30	2,1%	8	0,6%	11	0,8%	1,38	706
Chat/Instant Messaging	32	2,2%	70	4,9%	348	24,5%	212	14,9%	289	20,4%	3,69	662
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke	231	16,3%	207	14,6%	173	12,2%	46	3,2%	46	3,3%	2,25	657
Terminierungs- und Koordinationstools	163	11,5%	180	12,7%	249	17,6%	24	1,7%	23	1,6%	2,32	616
Soziale Netzwerke	27	1,9%	18	1,3%	170	12%	182	12,8%	365	25,7%	4,10	397
Online-Texteditoren	82	5,8%	112	7,9%	116	8,2%	31	2,2%	37	2,6%	2,54	342
Weblogs	29	2,0%	42	3%	179	12,6%	89	6,3%	90	6,4%	3,40	339
Mikroblogs	19	1,3%	30	2,1%	30	2,1%	42	3%	62	4,4%	3,54	121
Social Bookmarking Services	16	1,1%	19	1,3%	24	1,7%	7	0,5%	8	0,6%	2,64	67

Tab. 13: Berufliche und private Nutzung von Online-Werkzeugen

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

⁶ Ausgehend von Rogers Diffusionstheorie (Rogers 1995) lässt sich die Adoption in verschiedene Grade/Stufen einteilen: Innovators (< 2,5%), Early Adopter (bis 16%), Early Majority (bis 50%), Late Majority (bis 84%), Laggards (> 84%).



Häufigkeit der beruflichen Nutzung

	mehrmals täglich		täglich		mehrfach wöchentlich		wöchentlich		monatlich		seltener		keine Angabe		N	
Wikipedia	144	10,8%	233	17,5%	455	34,2%	297	22,3%	150	11,3%	41	3,1%	18	1,4%	1.330	100%
Mailinglisten	86	8%	180	16,7%	231	21,5%	260	24,1%	205	19%	114	10,6%	17	1,6%	1.077	100%
Online-Archive und Datenbanken	62	5,9%	91	8,6%	254	24%	232	21,9%	254	24%	162	15,3%	14	1,3%	1.059	100%
Content Sharing/Cloud-Dienste	161	16,2%	120	12,1%	157	15,8%	172	17,3%	207	20,9%	160	16,1%	11	1,1%	991	100%
Internetforen	31	3,8%	54	6,7%	185	22,9%	215	26,7%	190	23,6%	120	14,9%	17	2,1%	806	100%
Andere Wikis	30	3,7%	56	7%	137	17%	196	24,4%	244	30,3%	140	17,4%	13	1,6%	804	100%
Videokonferenzen/VoIP	15	1,9%	18	2,3%	75	9,4%	142	17,8%	265	33,2%	274	34,3%	13	1,6%	798	100%
Literaturverwaltung	79	10,3%	121	15,7%	224	29,1%	155	20,1%	118	15,3%	101	13,1%	16	2,1%	770	100%
Video/Foto-Community-Portale	15	2%	46	6%	145	18,9%	222	28,9%	195	25,4%	117	15,2%	10	1,3%	768	100%
Lernmanagementsysteme	53	7,5%	80	11,3%	183	25,9%	130	18,4%	119	16,8%	102	14,4%	10	1,4%	706	100%
Chat/Instant Messaging	77	11,6%	68	10,3%	102	15,4%	108	16,3%	142	21,5%	150	22,7%	10	1,5%	662	100%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke	6	0,9%	31	4,7%	99	15,1%	163	24,8%	200	30,5%	139	21,2%	13	2%	657	100%
Terminierungs- und Koordinationstools	21	3,4%	27	4,4%	54	8,8%	100	16,2%	258	41,9%	147	23,9%	10	1,6%	616	100%
Soziale Netzwerke	70	17,6%	74	18,6%	66	16,6%	72	18,1%	46	11,6%	53	13,4%	8	2%	397	100%
Online-Texteditoren	17	5%	20	5,9%	47	13,7%	68	19,9%	112	32,8%	81	23,7%	8	2,3%	342	100%
Weblogs	10	3%	26	7,7%	68	20,1%	88	26%	89	26,3%	57	16,8%	9	2,7%	339	100%
Mikroblogs	20	16,5%	13	10,7%	25	20,6%	20	16,5%	17	14%	23	19%	2	1,6%	121	100%
Social Bookmarking Services	4	6%	8	12%	7	10,5%	6	9%	11	16,5%	24	36,1%	3	4,5%	67	100%

Tab. 14: Häufigkeit der beruflichen Nutzung von Online-Werkzeugen

Basis Mitarbeiter/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug beruflich nutzen (s. Spalte N)

Quelle: Science 2.0-Survey 2014



Abb. 10: Häufigkeit der beruflichen Nutzung von Online-Werkzeugen

Basis Mitarbeiter/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug beruflich nutzen (s. Spalte N, Tab. 14)

Science 2.0-Survey 2014

Berufliche Nutzung nach Geschlecht

	weiblich		männlich		keine Angabe	
Wikipedia	577	43,4%	733	55,1%	20	1,5%
Mailinglisten	479	44,5%	581	54%	17	1,6%
Online-Archive und Datenbanken	454	42,8%	590	55,7%	15	1,4%
Content Sharing/Cloud-Dienste	460	46,4%	518	52,3%	13	1,3%
Internetforen	338	42%	456	56,5%	12	1,5%
Andere Wikis	312	38,8%	483	60,1%	9	1,1%
Videokonferenzen/VoIP	335	42%	449	56,3%	14	1,8%
Literaturverwaltung	387	50,2%	376	48,9%	7	0,9%
Video/Foto-Community-Portale	324	42,2%	431	56,1%	13	1,7%
Lernmanagementsysteme	315	44,6%	378	53,5%	13	1,9%
Chat/Instant Messaging	280	42,4%	369	55,7%	12	1,9%
Wissenschaftl./Beruf. Netzwerke	297	45,3%	351	53,5%	8	1,2%
Terminierungs- und Koordinationstools	249	40,4%	361	58,6%	7	1,1%
Soziale Netzwerke	200	50,4%	191	48,2%	5	1,4%
Online-Texteditoren	146	42,6%	191	55,8%	5	1,6%
Weblogs	137	40,5%	193	57%	8	2,4%
Mikroblogs	51	42%	70	57,3%	1	0,7%
Social Bookmarking Services	29	44,3%	37	55,7%	0	0%

Tab. 15: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen nach Geschlecht

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das jeweilige Werkzeug beruflich nutzen (siehe Spalte N, Tab. 14).

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Berufliche Nutzung nach Altersgruppen

	20–24 Jahre		25–29 Jahre		30–34 Jahre		35–39 Jahre		40–44 Jahre		45–49 Jahre		50–54 Jahre		55–59 Jahre		60+ Jahre		keine Angabe
Wikipedia	10	0,8%	279	21%	331	24,9%	174	13,1%	94	7%	110	8,3%	119	9%	111	8,3%	80	6,1%	21 1,6%
Mailinglisten	8	0,7%	236	21,9%	280	26%	137	12,7%	76	7%	84	7,8%	90	8,4%	81	7,6%	63	5,9%	21 2%
Online-Archive und Datenbanken	8	0,7%	210	19,8%	271	25,6%	133	12,6%	81	7,7%	87	8,2%	100	9,5%	92	8,7%	59	5,6%	19 1,8%
Content Sharing/Cloud-Dienste	4	0,4%	216	21,8%	250	25,2%	148	14,9%	80	8%	88	8,8%	92	9,2%	64	6,5%	34	3,4%	16 1,6%
Internetforen	5	0,6%	192	23,8%	228	28,3%	99	12,2%	62	7,7%	54	6,7%	58	7,2%	61	7,5%	34	4,3%	14 1,7%
Andere Wikis	9	1,1%	175	21,8%	220	27,4%	104	12,9%	59	7,4%	62	7,7%	66	8,2%	61	7,5%	38	4,7%	11 1,3%
Videokonferenzen/VoIP	5	0,6%	156	19,6%	202	25,2%	115	14,3%	66	8,3%	71	8,9%	63	7,9%	66	8,3%	42	5,2%	13 1,6%
Literaturverwaltung	4	0,5%	205	26,6%	233	30,3%	104	13,6%	53	6,9%	53	6,9%	43	5,6%	44	5,7%	22	2,9%	9 1,1%
Video/Foto-Community-Portale	7	0,9%	153	19,9%	175	22,7%	114	14,9%	60	7,8%	68	8,8%	65	8,5%	73	9,5%	39	5,1%	15 2%
Lernmanagementsysteme	3	0,4%	139	19,6%	162	22,9%	92	13%	51	7,2%	67	9,5%	79	11,1%	65	9,2%	34	4,8%	17 2,4%
Chat/Instant Messaging	3	0,5%	142	21,5%	181	27,4%	98	14,8%	44	6,7%	62	9,4%	57	8,7%	39	5,9%	24	3,7%	10 1,6%
Wissenschaftl./Beruf. Netzwerke	1	0,1%	119	18,2%	177	26,9%	90	13,7%	57	8,7%	62	9,5%	59	9,0%	54	8,2%	32	4,8%	6 0,9%
Terminierungs- und Koordinationstools	2	0,3%	95	15,4%	156	25,4%	83	13,5%	54	8,8%	74	12%	62	10%	48	7,7%	35	5,7%	8 1,4%
Soziale Netzwerke	2	0,4%	77	19,4%	111	27,9%	52	13,1%	32	8,1%	39	9,7%	34	8,6%	37	9,4%	10	2,5%	4 1,1%
Online-Texteditoren	2	0,5%	76	22,2%	110	32,1%	43	12,7%	28	8,1%	26	7,6%	17	4,9%	19	5,7%	15	4,4%	6 1,8%
Weblogs	1	0,2%	72	21,3%	96	28,3%	49	14,6%	28	8,4%	31	9,1%	28	8,3%	20	6%	10	3,1%	3 0,7%
Mikroblogs	0	0%	25	20,3%	40	33,1%	18	15%	6	4,8%	13	10,7%	7	5,8%	12	9,5%	1	0,7%	0 0%
Social Bookmarking Services	0	0%	12	17,6%	18	27%	12	18,1%	3	5%	3	3,8%	5	8,1%	9	13%	4	6,1%	1 1,3%

Tab. 16: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen nach Altersgruppen

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das jeweilige Werkzeug beruflich nutzen (siehe Spalte N, Tab. 14).

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Berufliche Nutzung nach Fächergruppen

	Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften		Humanmedizin		Ingenieurwissenschaften		Sprach- und Kulturwissenschaften		Kunst und Kunstwissenschaften	
Wikipedia	37	2,8%	67	5,1%	277	20,8%	233	17,5%	53	4%
Mailinglisten	22	2%	52	4,8%	193	18%	202	18,8%	41	3,8%
Online-Archive und Datenbanken	24	2,3%	52	4,9%	213	20,1%	213	20,1%	42	3,9%
Content Sharing/Cloud-Dienste	25	2,5%	47	4,8%	184	18,5%	191	19,3%	47	4,7%
Internetforen	14	1,8%	33	4%	171	21,2%	129	16%	31	3,9%
Andere Wikis	15	1,8%	39	4,8%	187	23,3%	122	15,2%	29	3,5%
Videokonferenzen/VoIP	19	2,4%	33	4,1%	146	18,2%	137	17,2%	33	4,1%
Literaturverwaltung	24	3,2%	48	6,2%	128	16,6%	146	18,9%	20	2,6%
Video/Foto-Community-Portale	17	2,2%	29	3,7%	151	19,6%	177	23%	42	5,5%
Lernmanagementsysteme	15	2,2%	22	3,1%	147	20,9%	169	24%	30	4,3%
Chat/Instant Messaging	14	2,1%	22	3,3%	96	14,5%	120	18,1%	39	5,8%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke	17	2,5%	33	5,1%	95	14,4%	118	18%	36	5,5%
Terminierungs- und Koordinationstools	14	2,3%	31	5%	118	19,2%	128	20,8%	20	3,3%
Soziale Netzwerke	9	2,3%	16	4%	37	9,4%	88	22,3%	30	7,5%
Online-Texteditoren	3	0,8%	14	4%	49	14,2%	80	23,5%	12	3,5%
Weblogs	4	1,1%	9	2,7%	45	13,2%	89	26,3%	18	5,3%
Mikroblogs	0	0%	4	3,5%	15	12,3%	27	21,8%	7	5,5%
Social Bookmarking Services	0	0%	2	2,5%	3	3,8%	20	29,4%	3	4,4%

Tab. 17: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen nach Fächergruppen

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das jeweilige Werkzeug beruflich nutzen (siehe Spalte N, Tab. 14).

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Berufliche Nutzung nach Fächergruppen

Mathematik und Naturwissenschaften		Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften		Sportwissenschaften		Veterinärmedizin		Sonstiges		
416	31,3%	224	16,8%	8	0,6%	6	0,5%	8	0,6%	Wikipedia
341	31,7%	206	19,1%	7	0,6%	5	0,5%	7	0,7%	Mailinglisten
310	29,3%	190	17,9%	7	0,6%	4	0,4%	5	0,5%	Online-Archive und Datenbanken
288	29,0%	194	19,6%	6	0,6%	5	0,5%	5	0,5%	Content Sharing/Cloud-Dienste
267	33,1%	154	19%	4	0,5%	1	0,1%	3	0,3%	Internetforen
279	34,7%	129	16,1%	3	0,3%	2	0,2%	0	0%	Andere Wikis
254	31,8%	167	20,9%	4	0,5%	2	0,2%	5	0,6%	Videokonferenzen/VoIP
248	32,2%	147	19,1%	3	0,3%	3	0,4%	3	0,3%	Literaturverwaltung
198	25,7%	146	19%	6	0,8%	2	0,2%	3	0,3%	Video/Foto-Community-Portale
166	23,6%	145	20,6%	6	0,8%	2	0,3%	3	0,4%	Lernmanagementsysteme
209	31,5%	154	23,2%	3	0,5%	2	0,3%	4	0,6%	Chat/Instant Messaging
192	29,2%	155	23,7%	4	0,6%	3	0,4%	4	0,6%	Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke
176	28,5%	119	19,3%	3	0,5%	3	0,4%	3	0,5%	Terminierungs- und Koordinationstools
111	27,9%	95	23,9%	3	0,8%	3	0,7%	5	1,1%	Soziale Netzwerke
116	34,1%	65	19,1%	2	0,5%	0	0%	1	0,2%	Online-Texteditoren
102	30,1%	70	20,7%	2	0,5%	0	0%	1	0,2%	Weblogs
35	28,8%	34	28,1%	0	0%	0	0%	0	0%	Mikroblogs
18	26,4%	22	33,6%	0	0%	0	0%	0	0%	Social Bookmarking Services

Berufliche Nutzung nach wissenschaftlichem Status

	Akad. Rat/Rätin		Doktorand/-in		Doktorand/-in und gleichzeitig wiss. Mitarbeiter/-in		Postdoktorand/-in		Privatdozent/-in	
Wikipedia	26	2%	64	4,8%	297	22,3%	85	6,4%	34	2,5%
Mailinglisten	23	2,1%	51	4,7%	252	23,4%	76	7,1%	24	2,2%
Online-Archive und Datenbanken	23	2,1%	48	4,6%	240	22,7%	68	6,4%	21	2%
Content Sharing/Cloud-Dienste	17	1,7%	50	5,1%	229	23,1%	73	7,4%	21	2,1%
Internetforen	17	2,1%	42	5,2%	202	25,1%	57	7,1%	17	2,1%
Andere Wikis	14	1,8%	40	5%	200	24,8%	48	6%	24	3%
Videokonferenzen/VoIP	11	1,4%	32	4%	170	21,2%	64	8,1%	18	2,3%
Literaturverwaltung	11	1,4%	44	5,7%	241	31,3%	58	7,6%	12	1,6%
Video/Foto-Community-Portale	18	2,3%	37	4,9%	153	19,9%	39	5,1%	22	2,8%
Lernmanagementsysteme	16	2,3%	17	2,4%	151	21,4%	28	3,9%	13	1,9%
Chat/Instant Messaging	8	1,1%	36	5,4%	148	22,4%	51	7,6%	19	2,8%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke	10	1,5%	26	3,9%	138	21%	54	8,3%	23	3,5%
Terminierungs- und Koordinationstools	11	1,8%	22	3,6%	119	19,3%	36	5,9%	16	2,6%
Soziale Netzwerke	8	2,1%	22	5,5%	95	24%	20	5,1%	16	3,9%
Online-Texteditoren	6	1,7%	20	5,8%	83	24,2%	23	6,7%	7	1,9%
Weblogs	5	1,5%	21	6,3%	79	23,4%	23	6,9%	8	2,3%
Mikroblogs	1	0,7%	3	2,1%	29	24,1%	8	6,2%	4	3,1%
Social Bookmarking Services	1	1,3%	4	5,6%	9	13,8%	8	12,6%	2	3,1%

Tab. 18: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen nach wissenschaftlichem Status

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das jeweilige Werkzeug beruflich nutzen (siehe Spalte N, Tab. 14).

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Berufliche Nutzung nach wissenschaftlichem Status

Jun.-Professor/-in		Professor/-in		Wiss. Hilfskraft		Wiss. Mitarbeiter/-in		Sonstiges		keine Angabe		
14	1,1%	299	22,5%	22	1,7%	435	32,7%	53	4%	1	0,1%	Wikipedia
12	1,1%	232	21,6%	15	1,4%	350	32,5%	42	3,9%	0	0%	Mailinglisten
11	1%	254	24%	15	1,5%	347	32,7%	32	3%	1	0,1%	Online-Archive und Datenbanken
14	1,4%	226	22,8%	11	1,1%	313	31,6%	36	3,6%	1	0,1%	Content Sharing/Cloud-Dienste
7	0,8%	151	18,8%	15	1,8%	269	33,4%	29	3,6%	0	0%	Internetforen
9	1,1%	164	20,4%	15	1,9%	264	32,8%	26	3,3%	0	0%	Andere Wikis
13	1,7%	209	26,2%	6	0,7%	248	31,1%	27	3,4%	0	0%	Videokonferenzen/VoIP
8	1%	121	15,7%	10	1,3%	251	32,7%	13	1,7%	0	0%	Literaturverwaltung
12	1,5%	178	23,1%	9	1,1%	265	34,5%	36	4,7%	0	0%	Video/Foto-Community-Portale
10	1,4%	211	29,9%	13	1,8%	227	32,1%	20	2,8%	1	0,1%	Lernmanagementsysteme
11	1,6%	157	23,7%	8	1,2%	201	30,3%	25	3,8%	0	0%	Chat/Instant Messaging
8	1,3%	178	27,2%	5	0,8%	192	29,2%	22	3,4%	0	0%	Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke
8	1,2%	176	28,6%	5	0,9%	210	34,2%	12	2%	0	0%	Terminierungs- und Koordinationstools
5	1,3%	91	22,8%	3	0,6%	119	29,9%	19	4,8%	0	0%	Soziale Netzwerke
8	2,2%	71	20,9%	7	2%	108	31,6%	10	2,9%	0	0%	Online-Texteditoren
4	1,2%	69	20,3%	5	1,3%	111	32,7%	13	3,8%	1	0,2%	Weblogs
2	1,4%	30	24,5%	1	0,7%	38	31,1%	7	6,1%	0	0%	Mikroblogs
3	3,8%	15	22,4%	1	1,3%	16	24,5%	8	11,8%	0	0%	Social Bookmarking Services

4.3 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in verschiedenen Tätigkeitskontexten akademischer Arbeit

Für ein besseres Verständnis der berufsbezogenen Nutzungspraxis ist auch die Frage relevant, für welche konkreten Tätigkeitsbereiche Wissenschaftler/-innen onlinebasierte Werkzeuge und Social-Media-Anwendungen nutzen. Bei der Konzeption des Fragebogens fand zur Strukturierung der wissenschaftlichen Tätigkeitsbereiche u.a. eine Orientierung an den Modellen von Nentwich 2003 bzw. Nentwich & König 2012 und Weller 2011 statt, wobei diese ergänzt und konkretisiert wurden. So werden in dieser Studie Forschung, Lehre, Wissenschaftskommunikation⁷ und Wissenschaftsadministration⁸ als zentrale Bereiche wissenschaftlicher Arbeit unterschieden. Zusätzlich dazu wurde in den Befragungen für die Bereiche Forschung und Wissenschaftskommunikation vertiefend nach dem Einsatz für spezielle Tätigkeiten gefragt.

Kontext der beruflichen Nutzung von Online-Werkzeugen

	Forschung		Lehre		Wissenschaftsadministration		Wissenschaftskommunikation	
Wikipedia	905	63,8%	802	56,5%	80	5,6%	151	10,6%
Mailinglisten	399	28,1%	388	27,3%	315	22,2%	577	40,7%
Online-Archive und Datenbanken	882	62,2%	409	28,8%	69	4,9%	99	7%
Content Sharing/Cloud-Dienste	587	41,4%	371	26,1%	278	19,6%	370	26,1%
Internetforen	485	34,2%	231	16,3%	65	4,6%	228	16,1%
Andere Wikis	486	34,2%	304	21,4%	144	10,1%	155	10,9%
Videokonferenzen/VoIP	316	22,3%	117	8,2%	205	14,4%	440	31%
Literaturverwaltung	671	47,3%	174	12,3%	95	6,7%	84	5,9%
Video/Foto-Community-Portale	285	20,1%	465	32,8%	30	2,1%	128	9%
Lernmanagementsysteme	65	4,6%	591	41,6%	77	5,4%	91	6,4%
Chat/Instant Messaging	234	16,5%	97	6,8%	156	11%	356	25,1%
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke	177	12,5%	44	3,1%	94	6,6%	418	29,5%
Terminierungs- und Koordinationstools	196	13,8%	168	11,8%	367	25,9%	220	15,5%
Soziale Netzwerke	108	7,6%	90	6,3%	49	3,5%	234	16,5%
Online-Texteditoren	180	12,7%	101	7,1%	114	8%	116	8,2%
Weblogs	182	12,8%	105	7,4%	15	1,1%	121	8,5%
Mikroblogs	49	3,5%	23	1,6%	9	0,6%	68	4,8%
Social Bookmarking Services	39	2,7%	18	1,3%	8	0,6%	12	0,8%

Tab. 19: Kontext der beruflichen Nutzung von Online-Werkzeugen

Mehrfachnennungen möglich.

Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

⁷ Unter Wissenschaftskommunikation wird der interne und externe Austausch über fachliche Themen verstanden. Zur Wissenschaftskommunikation gehören neben dem Austausch mit Kolleg/-innen insbesondere auch die Vermittlung von Forschungsergebnissen an die Öffentlichkeit.

⁸ Unter Wissenschaftsadministration wird das Verwalten und Koordinieren von Forschungsprojekten und das Einwerben von Drittmitteln verstanden.

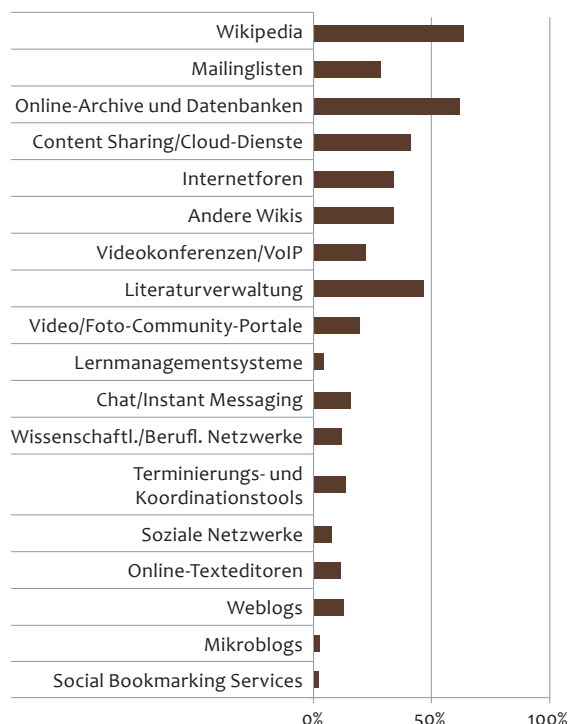


Abb. 11: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Forschungskontext
 Mehrfachantworten möglich.
 Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419
 Quelle: Science 2.0-Survey 2014

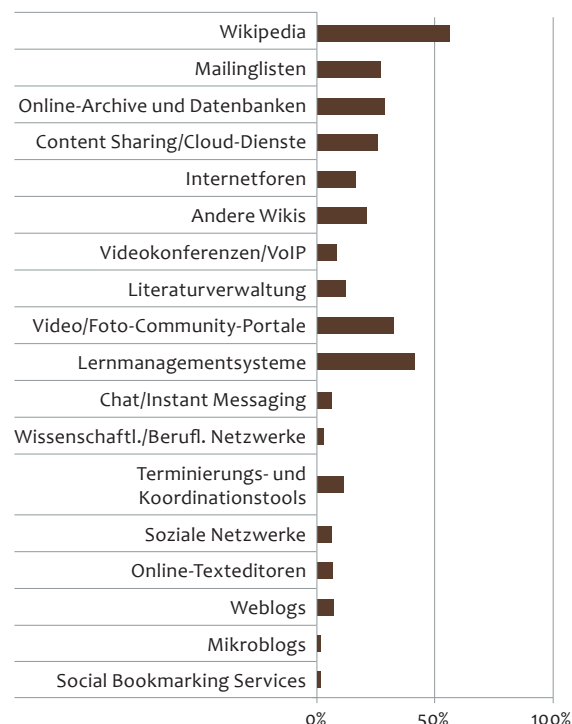


Abb. 12: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Lehrkontext
 Mehrfachantworten möglich.
 Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419
 Quelle: Science 2.0-Survey 2014

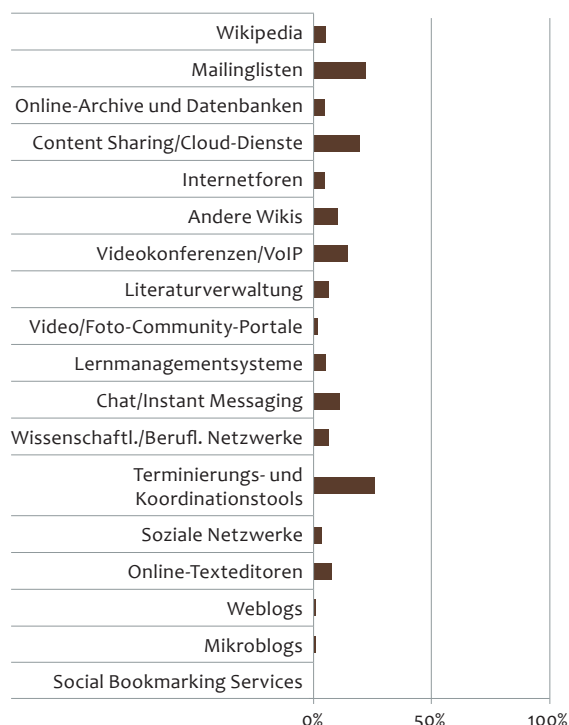


Abb. 13: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext der Wissenschaftsadministration
 Mehrfachantworten möglich.
 Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419
 Quelle: Science 2.0-Survey 2014

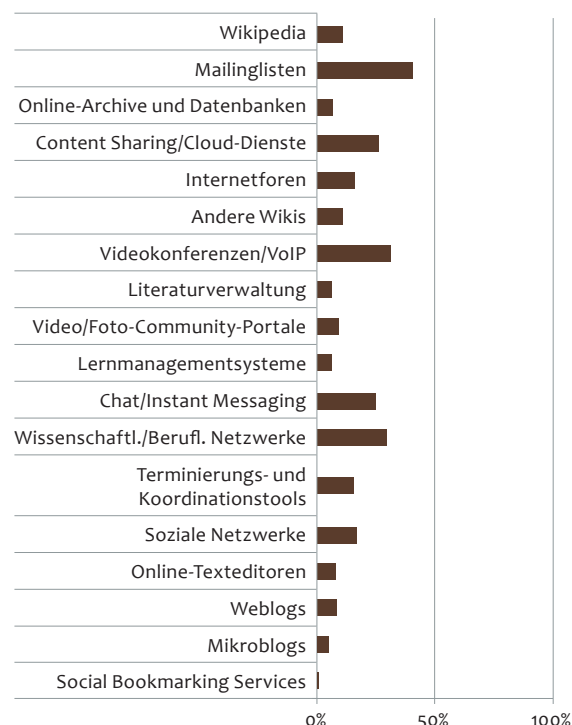


Abb. 14: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext der Wissenschaftskommunikation
 Mehrfachantworten möglich.
 Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419
 Quelle: Science 2.0-Survey 2014

4.3.1 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der Forschung

Die Nutzung onlinebasierter Werkzeuge ist insgesamt am stärksten im Bereich der Forschung verbreitet. Die Top-Tools, die Wissenschaftler/-innen an deutschen Hochschulen für Forschungszwecke nutzen, sind vor allem Recherchewerkzeuge und Werkzeuge zur Organisation und Verwaltung von Wissen wie die Wikipedia (64%), Online-Archive und Datenbanken (62%), Literaturverwaltungsprogramme (47%), Content Sharing und Cloud-Dienste (41%) sowie Andere Wikis (34%). Wesentlich weniger Beachtung erfahren typische Social-Media-Anwendungen wie Soziale Netzwerke, Mikroblogs oder Social Bookmarking Tools, die von maximal acht Prozent der Wissenschaftler/-innen im Forschungskontext eingesetzt werden.

Die Nutzung von onlinebasierten Werkzeugen für Forschungszwecke vervielfacht sich, wenn man nur die Wissenschaftler/-innen betrachtet, die onlinebasierte Werkzeuge beruflich nutzen. Dann lässt sich feststellen, dass 11 der 18 Werkzeuge von mindestens 50 Prozent der Wissenschaftler/-innen, die das jeweilige Werkzeug beruflich nutzen, im Forschungskontext eingesetzt werden. Soziale Netzwerke werden dann von 54 Prozent der Nutzer/-innen im Forschungskontext genutzt, Mikroblogs von 41 Prozent und Social Bookmarking Services von 59 Prozent der Nutzer/-innen. Weniger intensiv setzen berufliche Nutzer/-innen Wissenschaftlicher/Beruflicher Netzwerke diese für Forschungszwecke ein (27%). Auch Lernmanagementsysteme werden selten zur Unterstützung von Forschungstätigkeiten gebraucht (9%).

Wissenschaftler/-innen, die Online-Werkzeuge für Forschungszwecke nutzen, wurden zusätzlich danach gefragt, für welche forschungsrelevanten Tätigkeiten sie die jeweiligen Werkzeuge einsetzen (Tab. 20). Am stärksten werden demnach onlinebasierte Werkzeuge für **Recherchetätigkeiten** herangezogen. Zehn der 18 Werkzeuge werden hierfür von mindestens der Hälfte der Wissenschaftler/-innen, die diese im Forschungskontext nutzen, eingesetzt. Die meistgenutzten Anwendungen sind hierbei die Wikipedia (93%), Online-Archive und Datenbanken (92%), Internetforen (87%) und Weblogs (80%). Für den **Austausch von Daten und Materialien** greifen die Wissenschaftler/-innen besonders häufig auf Werkzeuge wie Content Sharing und Cloud-Dienste (88%), Online-Texteditoren (54%), Mailinglisten (39%) und Lernmanagementsysteme (39%) aber auch Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (37%) zurück. Im Bereich von **Datenerhebung und -austausch** relevante Online-Werkzeuge sind vor allem Literaturverwaltungsprogramme (29%). Zum **Austausch von Informationen** und zur **Kommunikation** im Kontext der Forschung nutzen Wissenschaftler/-innen in erster Linie Videokonferenzen (91%), Chats (86%) und Mailinglisten (67%). Daneben werden hierfür auch Social-Media-Werkzeuge wie Soziale Netzwerke (35%), Online-Texteditoren (39%) und Mikroblogs (45%) herangezogen. 35 Prozent der Nutzer/-innen von Terminierungs- und Koordinationstools nutzen diese auch für kommunikative Zwecke und den Austausch von Informationen im Zusammenhang mit Forschungstätigkeiten. Die Mehrheit der Nutzer/-innen von Terminierungs- und Koordinationstools (83%) setzt diese aber vor allem zur **Abstimmung und Organisation von Arbeitsabläufen** ein. Andere häufig genutzte Kanäle zur Abstimmung von Abläufen im Forschungskontext sind Videokonferenzen (63%) und Chats (62%). Fast die Hälfte der Wissenschaftler/-innen, die onlinebasierte Werkzeuge im Forschungskontext nutzen, greifen für den Zweck der Abstimmung auf Mailinglisten zurück (48%).

Insbesondere für Forschungstätigkeiten erfahren onlinebasierte Werkzeuge damit also eine breite Anwendung. Zu beobachten ist dabei, dass sich inzwischen bereits relativ feste Nutzungsmuster herausgebildet haben und bestimmte Werkzeuge, wie die Wikipedia oder Online-Archive und Datenbanken, ihren festen Platz im wissenschaftlichen Forschungsalltag haben. Werden diese beiden Werkzeuge vornehmlich für Recherchezwecke eingesetzt, so wird die Abstimmung von Arbeitsabläufen und der Austausch von Informationen dagegen vor allem über Videokonferenzen und Chats realisiert. Materialien und Daten tauschen Wissenschaftler/-innen am liebsten über Content Sharing/Cloud-Dienste oder Online-Texteditoren untereinander aus. Insbesondere beim Austausch von Daten und Materialien und dem Rückgriff auf browserbasierte Technologien wie Etherpad wird deutlich, welchen Einfluss onlinebasierte Werkzeuge auf die Wissenschaft nehmen. Sie unterstützen eine gleichzeitige und durch Mehrautor/-innenschaft getragene Arbeitsweise. In einem weiteren Schritt sollte deswegen unter anderem gefragt werden, für welche Form der Textproduktion onlinebasierte Werkzeuge, wie Online-Texteditoren, zum Einsatz kommen um so Auswirkungen durch onlinebasierte Werkzeuge auf wissenschaftliches Arbeiten besser zu verstehen.

Kontext der Nutzung von Online-Werkzeugen innerhalb der Forschungstätigkeit

	Abstimmung/ Organisation von Arbeitsabläufen		Kommunikation und Austausch von Information		Daten- erhebung/- auswertung		Austausch von Daten und Materialien		Recherche		Andere		N
Wikipedia	7	0,8%	23	2,5%	87	9,6%	27	3%	841	92,9%	64	7,1%	905
Mailinglisten	193	48,4%	269	67,4%	26	6,5%	155	38,8%	99	24,8%	33	8,3%	399
Online-Archive und Datenbanken	8	0,9%	20	2,3%	157	17,8%	52	5,9%	807	91,5%	33	3,7%	882
Content Sharing/Cloud-Dienste	123	21%	210	35,8%	85	14,5%	515	87,7%	42	7,2%	37	6,3%	587
Internetforen	15	3,1%	82	16,9%	34	7%	54	11,1%	420	86,6%	33	6,8%	485
Andere Wikis	67	13,8%	90	18,5%	44	9,1%	100	20,6%	379	78%	45	9,3%	486
Videokonferenzen/VoIP	198	62,7%	288	91,1%	34	10,8%	77	24,4%	18	5,7%	12	3,8%	316
Literaturverwaltung	54	8%	49	7,3%	197	29,4%	133	19,8%	406	60,5%	159	23,7%	671
Video/Foto-Community-Portale	3	1,1%	29	10,2%	30	10,5%	26	9,1%	232	81,4%	48	16,8%	285
Lernmanagementsysteme	21	32,3%	16	24,6%	12	18,5%	25	38,5%	20	30,8%	9	13,8%	65
Chat/Instant Messaging	145	62%	202	86,3%	15	6,4%	72	30,8%	13	5,6%	15	6,4%	234
Wissenschaftl./Berufl. Netzwerke	10	5,6%	88	49,7%	16	9%	66	37,3%	100	56,5%	44	24,9%	177
Terminierungs- und Koordinationstools	163	83,2%	68	34,7%	3	1,5%	5	2,6%	2	1%	7	3,6%	196
Soziale Netzwerke	32	29,6%	74	68,5%	18	16,7%	31	28,7%	48	44,4%	16	14,8%	108
Online-Texteditoren	60	33,3%	71	39,4%	30	16,7%	98	54,4%	28	15,6%	21	11,7%	180
Weblogs	3	1,6%	34	18,7%	14	7,7%	18	9,9%	146	80,2%	15	8,2%	182
Mikroblogs	5	10,2%	22	44,9%	6	12,2%	9	18,4%	37	75,5%	10	20,4%	49
Social Bookmarking Services	2	5,1%	1	2,6%	6	15,4%	5	12,8%	22	56,4%	5	12,8%	39

Tab. 20: Nutzung von Online-Werkzeugen innerhalb der Forschungstätigkeit

Mehrfachnennungen möglich.

Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Forschungstätigkeiten nutzen (s. Spalte N)

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

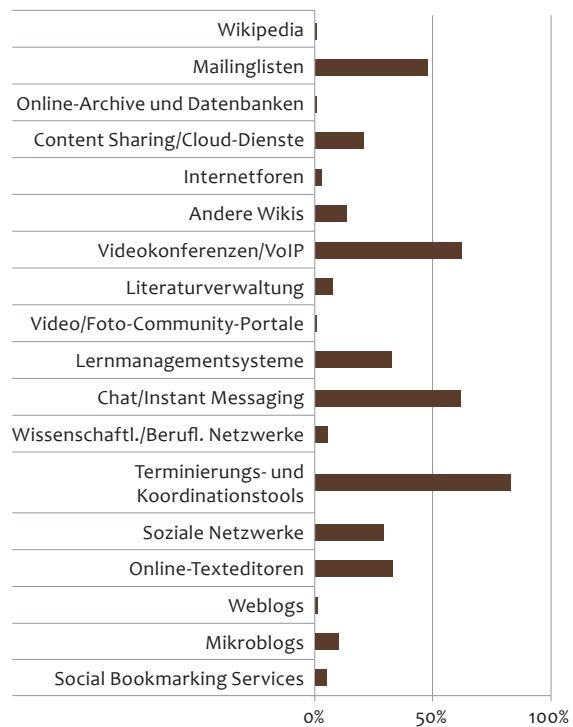


Abb. 15: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext Forschungstätigkeit: Abstimmung/Organisation
 Mehrfachantworten möglich.
 Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Forschungstätigkeiten nutzen (s. Spalte N, Tab. 20) | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

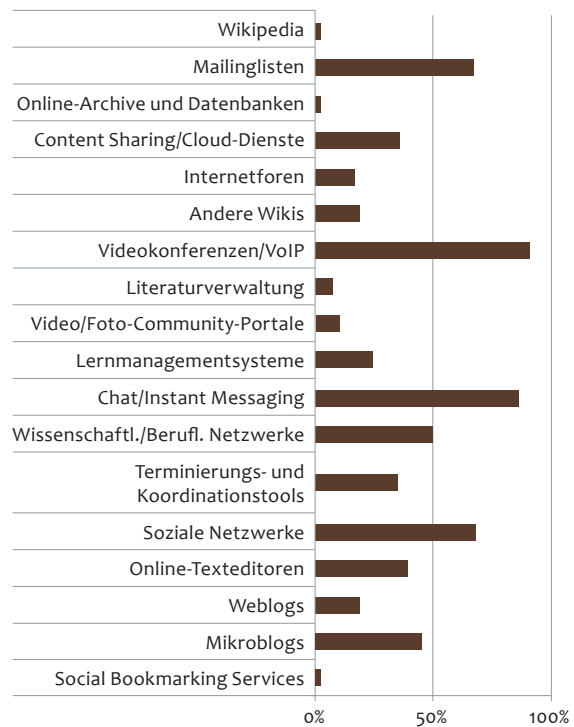


Abb. 16: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext Forschungstätigkeit: Informationsaustausch
 Mehrfachantworten möglich.
 Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Forschungstätigkeiten nutzen (s. Spalte N, Tab. 20) | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

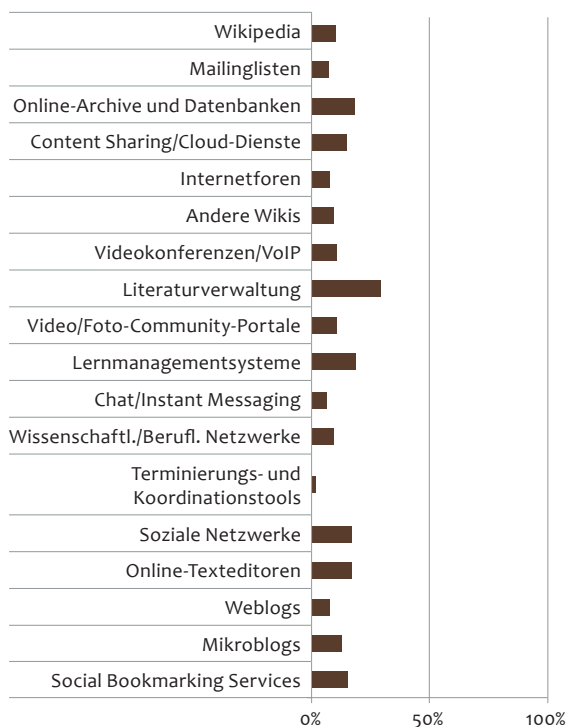


Abb. 17: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext Forschungstätigkeit: Datenerhebung/-auswertung
Mehrfachantworten möglich.

Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Forschungstätigkeiten nutzen (s. Spalte N, Tab. 20) | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

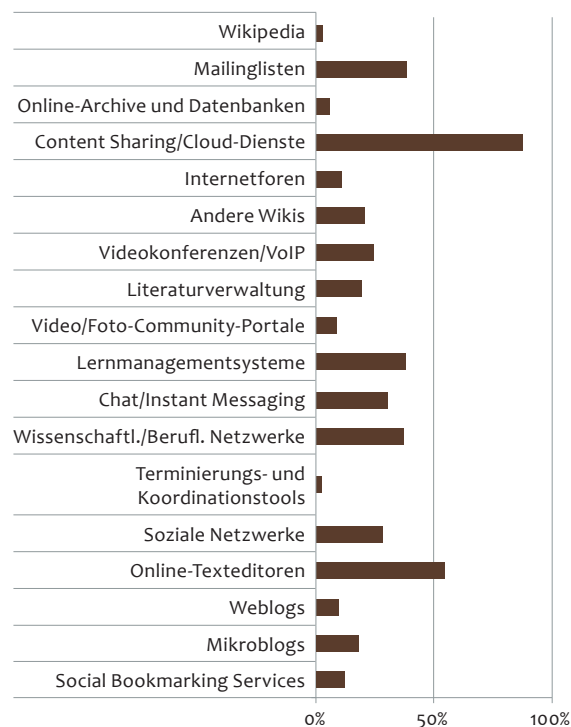


Abb. 18: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext Forschungstätigkeit: Austausch von Daten und Materialien
Mehrfachantworten möglich.

Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Forschungstätigkeiten nutzen (s. Spalte N, Tab. 20) | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

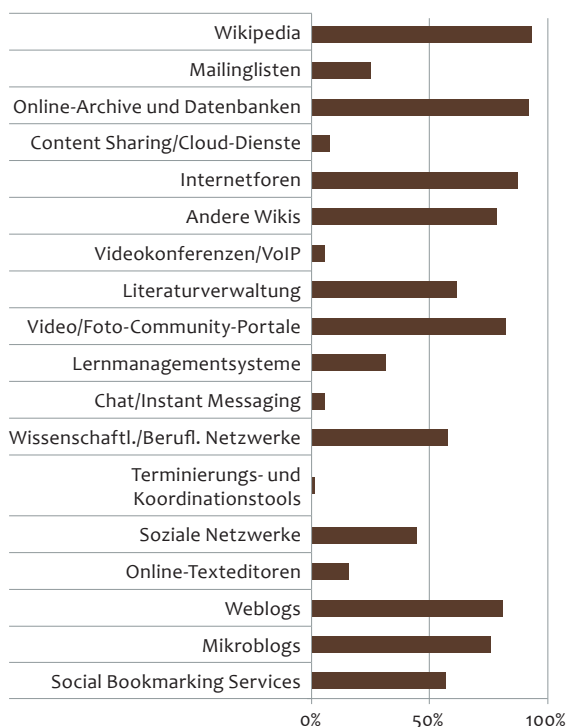


Abb. 19: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext Forschungstätigkeit: Recherche
Mehrfachantworten möglich.

Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Forschungstätigkeiten nutzen (s. Spalte N, Tab. 20) | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

4.3.2 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der Lehre

Generell werden Online-Werkzeuge für Lehrzwecke weniger stark als für Forschungszwecke genutzt (Tab. 19). Wissenschaftler/-innen nutzen 2014 zur Unterstützung der Lehre vor allem die Wikipedia (57%), Lernmanagementsysteme (42%), Video/Foto-Community-Portale (33%), Online-Archive und Datenbanken (29%) sowie Content Sharing und Cloud-Dienste (26%). Social-Media-Anwendungen wie Soziale oder Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke, Mikroblogs und Weblogs spielen in der Lehre eine stark untergeordnete Rolle. Nur maximal acht Prozent der Wissenschaftler/-innen nutzen diese Werkzeuge für Lehrzwecke. Wesentlich häufiger nutzen Wissenschaftler/-innen hier Mailinglisten (27%), Online-Archive und Datenbanken (29%), Content Sharing und Cloud-Dienste (26%) und Andere Wikis (21%). Zum Einsatz kommen in der Lehre somit vor allem Recherchewerkzeuge und Werkzeuge, die den Austausch und das Teilen von Daten und Informationen ermöglichen.

Betrachtet man speziell die Wissenschaftler/-innen, die Online-Werkzeuge beruflich nutzen, ist auch hier zu erkennen, dass Social-Media-Anwendungen in dieser Gruppe durchaus große Bedeutung besitzen. Ähnlich wie für den Bereich Forschung lässt sich beobachten, dass in diesem Fall mindestens ein Fünftel der Wissenschaftler/-innen, die die entsprechenden Werkzeuge beruflich nutzen, diese für Lehrzwecke einsetzen. So werden Weblogs von 31 Prozent der dieses Werkzeug beruflich nutzenden Wissenschaftler/-innen für Lehrzwecke gebraucht. Auch Online-Texteditoren (30%) sowie Terminierungs- und Koordinationstools (27%) werden dann wesentlich intensiver für Lehrzwecke genutzt. Dennoch werden gerade einmal drei Werkzeuge von mehr als der Hälfte der Wissenschaftler/-innen, die das jeweilige Werkzeug beruflich nutzen, in der Lehre verwendet. Zu diesen drei Werkzeugen bzw. Anwendungen zählen die Wikipedia (60%), Video/Foto-Community-Portale (60%) und Lernmanagementsysteme (84%). Eine geringe Relevanz für den Einsatz in der Lehre besitzen dagegen Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke, die nur von sieben Prozent der Wissenschaftler/-innen, die sie überhaupt beruflich nutzen, für Lehrzwecke eingesetzt werden.

4.3.3 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der Wissenschaftsadministration

Am geringsten verbreitet ist die Nutzung von onlinebasierten Werkzeugen und Social-Media-Anwendungen im Bereich der Wissenschaftsadministration (Tab. 19). Online-Werkzeuge werden in diesem Bereich von maximal einem Viertel der Wissenschaftler/-innen eingesetzt. Für Zwecke der Wissenschaftsadministration spielen insbesondere Werkzeuge eine Rolle, die zur Abstimmung von Terminen, zum Austausch von Informationen und Daten genutzt werden können oder das gemeinsame Bearbeiten von Dokumenten ermöglichen. Die von den befragten Wissenschaftler/-innen am häufigsten genannten Werkzeuge für Aufgaben der Wissenschaftsadministration sind dabei Terminierungs- und Koordinationstools (26%), Content Sharing/Cloud-Dienste (20%), Videokonferenzen (14%) und Chat/Instant Messenger (11%).

Betrachtet man die Gruppe von Wissenschaftler/-innen, die die jeweiligen Online-Werkzeuge beruflich nutzen, setzen 60 Prozent Terminierungs- und Koordinationstools für administrative Aufgaben ein. Online-Texteditoren werden von 33 Prozent, Mailinglisten von 29 Prozent und Chat/Instant Messenger von 24 Prozent genutzt.

4.3.4 Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der Wissenschaftskommunikation

Die beliebtesten Werkzeuge zum Zweck der Wissenschaftskommunikation (Tab. 19) sind Mailinglisten (41%), Videokonferenzen (31%), Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (30%), Content Sharing und Cloud-Dienste (26%) und Chat/Instant Messaging (25%). Weniger bedeutsam sind in der Wissenschaftskommunikation offenbar weiterhin Social-Media-Anwendungen wie Weblogs (9%) und Mikroblogs (5%), aber auch Video/Foto-Community-Portale (9%). Von den Wissenschaftler/-innen, die die jeweiligen Werkzeuge im akademischen Kontext nutzen, werden Social-Media-Anwendungen aber durchaus für wissenschaftskommunikative Zwecke eingesetzt. So werden neben Wissenschaftlichen/Beruflichen Netzwerken (64%) bevorzugt Soziale Netzwerke (59%) und Mikroblogs (56%) von denjenigen Wissenschaftler/-innen verwendet, die das jeweilige Werkzeug im beruflichen Kontext nutzen.

Zusätzlich wurde analog zum Bereich der Forschungstätigkeit für den Bereich der Wissenschaftskommunikation vertiefend nach spezifischen Tätigkeiten im Kontext der Wissenschaftskommunikation gefragt (Tab. 21). Mehrheitlich werden Online-Werkzeuge zur **internen Wissenschaftskommunikation** genutzt. Insbesondere der **Austausch mit Kolleg/-innen** steht für den Großteil der Wissenschaftler/-innen, die Online-Werkzeuge beruflich nutzen, im Mittelpunkt. Am intensivsten werden hier Content Sharing/Cloud-Dienste (80%), Online-Texteditoren (69%), Chat/Instant Messaging (95%) und Videokonferenz/VoIP (94%) herangezogen. Auch Soziale (72%) und Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (60%) spielen eine beträchtliche Rolle, wenn es um den Austausch mit Kolleg/-innen geht. Die **Dokumentation der eigenen Arbeit** scheint bisher vorwiegend im Sinne einer internen Wissenschaftskommunikation zu erfolgen. Hierzu werden vor allem Literaturverwaltungsprogramme (59%), Online-Texteditoren (69%), Andere Wikis (44%) und Content Sharing/Cloud-Dienste (35%) genutzt. Für die **Darstellung der eigenen Person** spielen Online-Werkzeuge so gut wie keine Rolle. Einzig Soziale und vor allem Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke werden für diesen Zweck von 44 Prozent bzw. 68 Prozent der Nutzer/-innen dieser beiden Werkzeuge eingesetzt.

Wichtige **Termine und Hinweise** werden vor allem über Mailinglisten verbreitet (55%). Neben Terminierungs- und Koordinationstools (57%) und Lernmanagementsystemen (52%) greift zudem fast die Hälfte der Nutzer/-innen von Sozialen Netzwerken (48%) auf diese zurück, um Termine zu verbreiten. Auf die Gesamtheit aller Wissenschaftler/-innen bezogen, sind das jedoch nur acht Prozent derjenigen, die Soziale Netzwerke für die Verbreitung von Terminen nutzen. Interessant ist, dass für die Vermittlung an die Öffentlichkeit und die Verbreitung von Terminen allgemeine Soziale Netzwerke stärker genutzt werden als spezielle Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke. Zu fragen ist demnach, welche Funktionen verschiedene Soziale Netzwerke erfüllen, welcher Art die entstehenden Beziehungen in den unterschiedlichen Sozialen Netzwerken sind und welche Funktionen zur internen oder externen Vernetzung sich entwickeln. Anhand der erhobenen Daten lassen sich unterschiedliche Nutzungsmuster von Sozialen und Wissenschaftlichen/Beruflichen Netzwerken beobachten. Soziale Netzwerke werden stärker für externe Wissenschaftskommunikation, d.h. vor allem für die Vermittlung von Informationen an die Öffentlichkeit, genutzt. Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke dienen hingegen vor allem der Vernetzung und dem Austausch mit Kolleg/-innen, der Darstellung der eigenen Person und der Informationsgewinnung für das eigene Arbeitsfeld. Für letzteres relevant sind neben Social-Media-Anwendungen wie Mikroblogs (46%) und Weblogs (55%) oder Video/Foto-Community-Portale (46%) vor allem auch Online-Archive und Datenbanken (81%), Internetforen (69%) und die Wikipedia (75%). Social-Media-Kanäle wie Mikroblogs (54%), Soziale Netzwerke (47%) oder Video/Foto-Community-Portale (28%) werden am intensivsten im Bereich der externen Wissenschaftskommunikation eingesetzt, wenn es um die Vermittlung von Inhalten an die Öffentlichkeit geht.

Kontext der Nutzung von Online-Werkzeugen innerhalb der Wissenschaftskommunikation

	Vermittlung an Öffentlichkeit		Austausch mit Kolleg/-innen		Dokumentation der eigenen Arbeit		Darstellung der eigenen Person		Verbreitung von wichtigen Terminen und Hinweisen		Informationsgewinnung für eigenes Arbeitsfeld		Anderes		N
Wikipedia	16	10,6%	5	3,3%	9	6%	3	2%	4	2,6%	113	74,8%	30	19,9%	151
Mailinglisten	133	23,1%	415	71,9%	35	6,1%	13	2,3%	315	54,6%	180	31,2%	39	6,8%	577
Online-Archive und Datenbanken	10	10,1%	15	15,2%	24	24,2%	3	3%	4	4%	80	80,8%	8	8,1%	99
Content Sharing/Cloud-Dienste	6	1,6%	302	81,6%	132	35,7%	3	0,8%	50	13,5%	56	15,1%	41	11,1%	370
Internetforen	28	12,3%	80	35,1%	15	6,6%	14	6,1%	35	15,4%	157	68,9%	27	11,8%	228
Andere Wikis	12	7,7%	78	50,3%	48	31%	5	3,2%	31	20%	87	56,1%	17	11%	155
Videokonferenzen/VoIP	19	4,3%	398	90,5%	10	2,3%	9	2%	66	15%	50	11,4%	37	8,4%	440
Literaturverwaltung	8	9,5%	21	25%	57	67,9%	0	0%	2	2,4%	36	42,9%	16	19%	84
Video/Foto-Community-Portale	49	38,2%	20	15,6%	25	19,5%	11	8,6%	7	5,5%	61	47,5%	21	16,4%	128
Lernmanagementsysteme	22	24,2%	46	50,5%	17	18,7%	1	1,1%	38	41,8%	19	20,9%	19	20,9%	91
Chat/Instant Messaging	7	2%	319	89,6%	17	4,8%	10	2,8%	76	21,3%	38	10,7%	21	5,9%	356
Wissenschaftliche Netzwerke	91	21,8%	249	59,6%	99	23,7%	282	67,5%	34	8,1%	175	41,9%	25	6%	418
Terminierungs- und Koordinationstools	4	1,8%	143	65%	12	5,5%	0	0%	125	56,8%	16	7,3%	14	6,4%	220
Soziale Netzwerke	111	47,4%	168	71,8%	47	20,1%	104	44,4%	114	48,7%	93	39,7%	23	9,8%	234
Online-Texteditoren	4	3,4%	78	67,2%	61	52,6%	2	1,7%	21	18,1%	12	10,3%	18	15,5%	116
Weblogs	44	36,4%	39	32,2%	33	27,3%	26	21,5%	23	19%	69	57%	13	10,7%	121
Mikroblogs	37	54,4%	30	44,1%	18	26,5%	19	27,9%	29	42,6%	33	48,5%	5	7,4%	68
Social Bookmarking Services	3	25%	3	25%	6	50%	1	8,3%	0	0%	7	58,3%	2	16,7%	12

Tab. 21: Nutzung von Online-Werkzeugen innerhalb der Wissenschaftskommunikation

Mehrfachnennungen möglich.

Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Wissenschaftskommunikation nutzen (s. Spalte N)

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

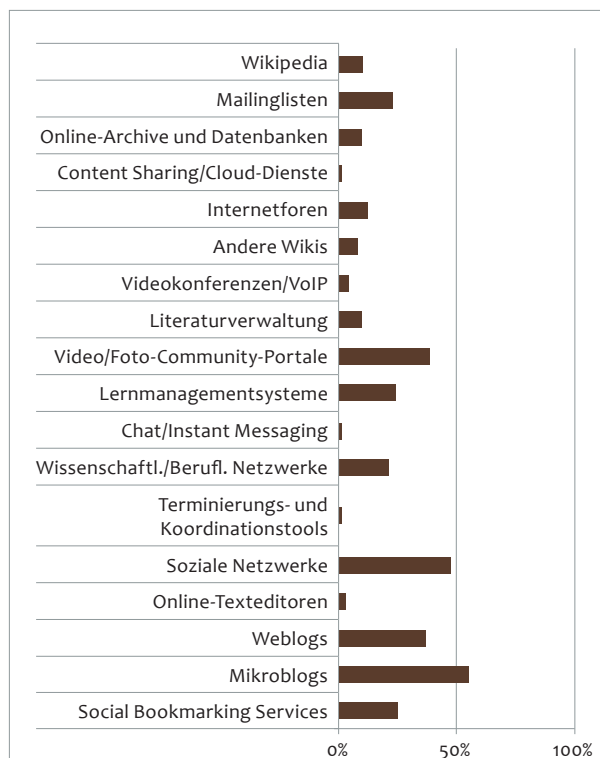


Abb. 20: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext Wissenschaftskommunikation: Vermittlung an Öffentlichkeit | Mehrfachantworten möglich.
Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Wissenschaftskommunikation nutzen (s. Spalte N, Tab. 21) | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

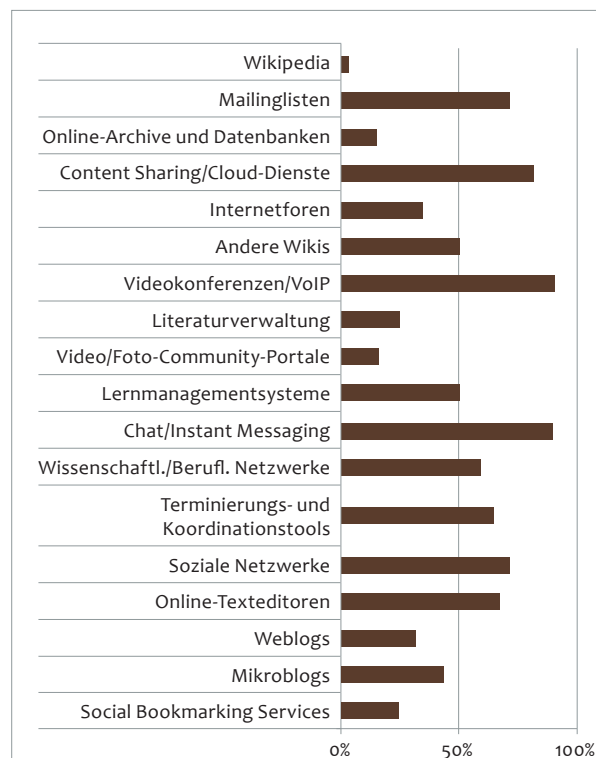


Abb. 21: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext Wissenschaftskommunikation: Austausch mit Kolleg/-innen | Mehrfachantworten möglich.
Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Wissenschaftskommunikation nutzen (s. Spalte N, Tab. 21) | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

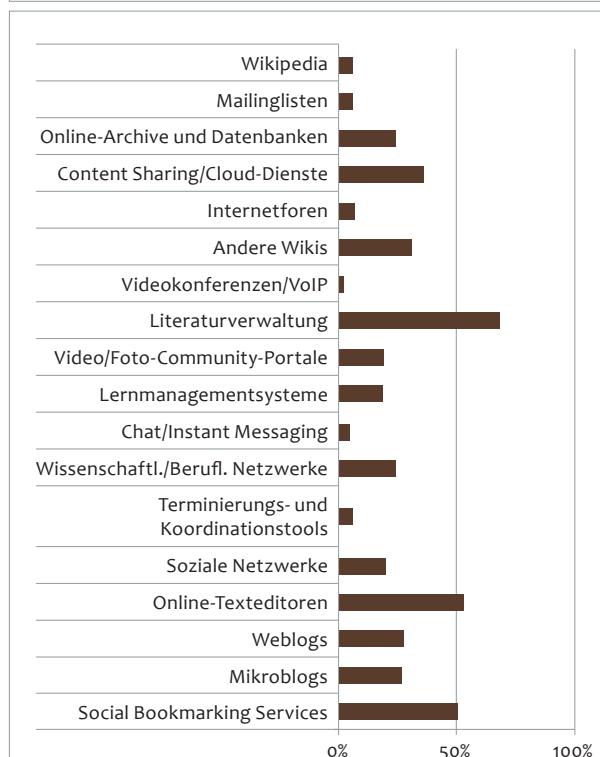


Abb. 22: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext Wissenschaftskommunikation: Dokumentation der eigenen Arbeit | Mehrfachantworten möglich.
Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Wissenschaftskommunikation nutzen (s. Spalte N, Tab. 21) | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

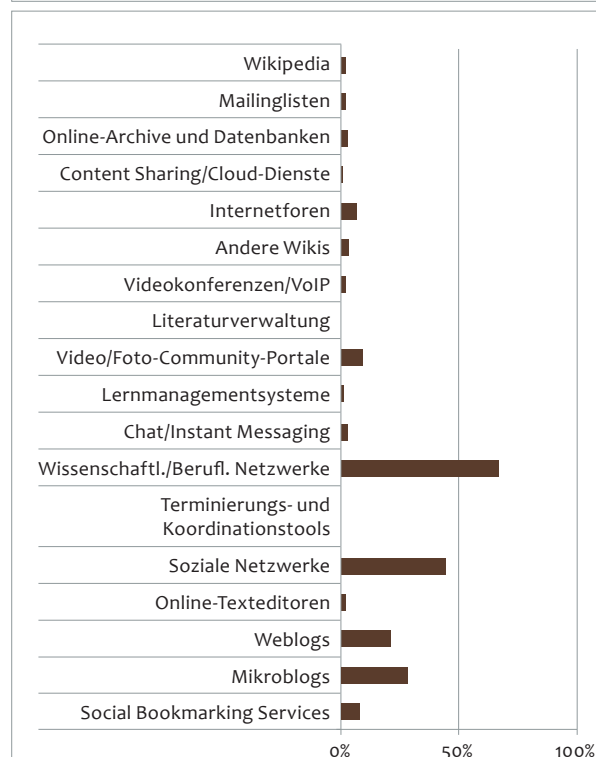


Abb. 23: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext Wissenschaftskommunikation: Darstellung der eigenen Person | Mehrfachantworten möglich.
Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Wissenschaftskommunikation nutzen (s. Spalte N, Tab. 21) | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

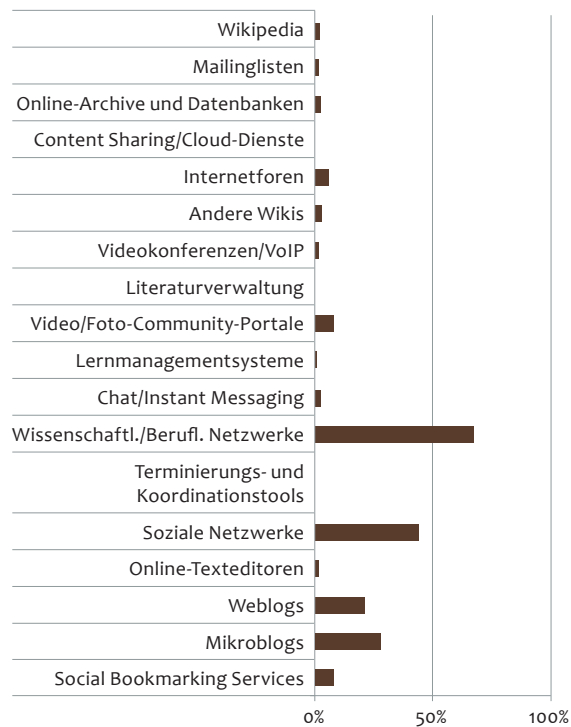


Abb. 24: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext Wissenschaftskommunikation: Verbreitung von wichtigen Terminen und Hinweisen | Mehrfachantworten möglich.
Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Wissenschaftskommunikation nutzen (s. Spalte N, Tab. 21) | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

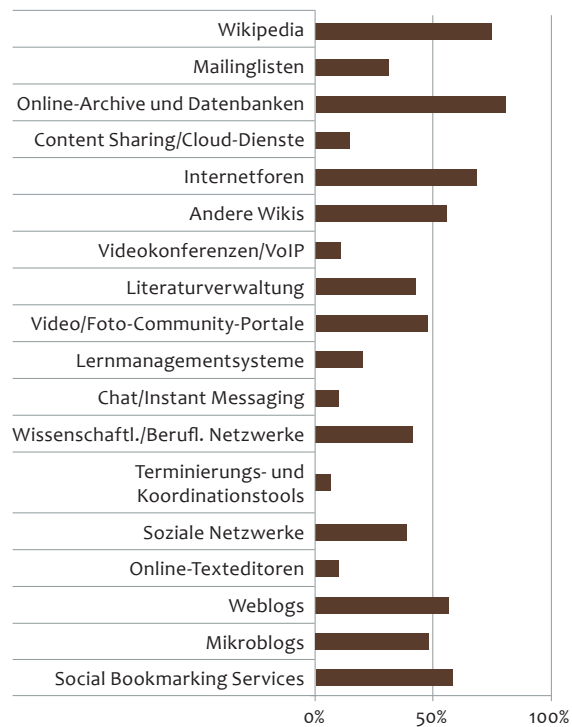


Abb. 25: Berufliche Nutzung von Online-Werkzeugen im Kontext Wissenschaftskommunikation: Informationsgewinnung für eigenes Arbeitsfeld | Mehrfachantworten möglich.
Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug für Wissenschaftskommunikation nutzen (s. Spalte N, Tab. 21) | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

4.4 Barrieren bei der Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen im akademischen Alltag

Die Motivation für den Einsatz von onlinebasierten Werkzeugen und Social-Media-Anwendungen wurde 2013 mit der Frage nach dem vorrangigen Grund für die Nutzung erhoben (Pscheida et al. 2014). Eine etwas angepasste Frage nach der Nutzungsmotivation wurde auch 2014 gestellt. Aufgrund von technischen Problemen bei der Programmierung des Fragebogens können die Antworten jedoch nicht ausgewertet werden. Nach den Gründen, die einer beruflichen Nutzung entgegenstehen, wurden die Wissenschaftler/-innen gefragt, die die jeweiligen onlinebasierten Werkzeuge nicht (beruflich) nutzen. Die Hauptgründe, die eine berufliche Nutzung von onlinebasierten Werkzeugen und Social-Media-Anwendungen verhindern, bestehen vor allem darin, dass in der Nutzung der Werkzeuge kein Mehrwert gesehen wird (29%), aktuell kein Bedarf an technischer Unterstützung (dieser Art) besteht (20%) oder bisher die Zeit fehlte, sich mit ihrer Handhabung zu beschäftigen (14%). Die am häufigsten genannten Werkzeuge, die aufgrund des fehlenden Mehrwerts von Wissenschaftler/-innen nicht für berufliche Zwecke eingesetzt werden, sind hierbei Mikroblogs (52%), Internetforen (42%) und Weblogs (40%) – Werkzeuge, die vor allem auf den Austausch und die Kommunikation angelegt sind. Aufgrund des nicht vorhandenen Bedarfs an technischer Unterstützung nutzen Wissenschaftler/-innen vor allem Werkzeuge, die Arbeitsabläufe zu organisieren und zu strukturieren helfen, wie Videokonferenzen (42%), Lernmanagementsysteme (27%), Mailinglisten (26%) und Terminierungs- und Koordinationstools (26%). Online-Archive und Datenbanken (30%), Social Bookmarking Services (26%) und Lernmanagementsysteme (25%) werden nicht genutzt, weil sich die Wissenschaftler/-innen, die diese Werkzeuge nicht beruflich nutzen, bisher noch nicht mit den Werkzeugen beschäftigt haben. Insbesondere für Soziale Netzwerke (29%) und für Content Sharing/Cloud-Dienste stellen die Nutzungsbedingungen, mit denen die Wissenschaftler/-innen nicht einverstanden sind, einen Hinderungsgrund dar, diese Werkzeuge beruflich zu nutzen. Auch die Trennung zwischen privater und beruflicher Nutzung stellt eine bedeutende Barriere für den beruflichen Einsatz Sozialer Netzwerke (29%) und von Chat/Instant Messaging (19%) dar. Von den wenigen Personen, die Wikipedia nicht (beruflich) nutzen (85 Personen), geben 25% an, dass sie die Wikipedia nicht nutzen, weil es in ihrer Disziplin nicht üblich sei.

Gründe für die berufliche Nichtnutzung von Online-Werkzeugen

	Wikipedia		Mailing-listen		Online-Archive/ Datenbanken		Content Sharing/ Cloud-Dienste		Internet- foren		Andere Wikis		Videokon- ferenz/VoIP		Literatur- verwaltung		Video/Foto Community- Portale	
weil ich keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehe	33	39,1%	80	26,1%	46	16,3%	64	17%	249	42,2%	127	23,8%	117	19,4%	101	22,9%	235	37,2%
weil ich aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form habe	5	5,4%	80	26,1%	72	25,7%	84	22,3%	104	17,6%	113	21,2%	252	41,9%	106	24,2%	122	19,3%
weil ich mich bislang noch nicht damit beschäftigt habe	1	1%	51	16,8%	85	30,2%	37	9,8%	35	6%	121	22,6%	46	7,7%	88	20,2%	18	2,9%
weil mir die Zeit fehlt, mich in die Anwendung einzuarbeiten	3	4%	17	5,4%	29	10,2%	16	4,3%	24	4%	23	4,3%	13	2,1%	51	11,6%	3	0,5%
weil ich mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden bin	1	1,0%	4	1,2%	2	0,6%	68	18%	17	2,8%	5	0,9%	12	1,9%	3	0,6%	33	5,2%
weil die Nutzung eines solchen Werkzeugs in meiner Disziplin nicht üblich ist	21	25,1%	10	3,1%	7	2,4%	8	2%	36	6,1%	40	7,6%	30	5%	3	0,8%	71	11,3%
weil ich es für private Kommunikation nutze und Privates und Berufliches voneinander trennen möchte	2	2%	3	0,9%	0	0%	23	6,2%	13	2,3%	3	0,5%	48	8%	0	0%	56	8,8%
aus anderen Gründen	9	10,8%	13	4,4%	13	4,7%	20	5,4%	34	5,8%	28	5,3%	19	3,1%	24	5,5%	20	3,2%
k.A.	10	11,8%	49	15,9%	28	9,9%	56	15%	79	13,3%	74	13,9%	66	10,9%	63	14,3%	74	11,7%
Gesamt	85	100%	305	100%	280	100%	376	100%	590	100%	535	100%	603	100%	439	100%	633	100%

Tab. 22: Gründe für die berufliche Nichtnutzung von Online-Werkzeugen
 Basis Mitarbeiter/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug beruflich nicht nutzen (s. Zeile Gesamt, Abweichungen in Gesamtzahlen ergeben sich durch Rundungen aufgrund der Gewichtung)
 Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Gründe für die berufliche Nichtnutzung von Online-Werkzeugen

Lernmanagementsysteme		Chat/Instant Messaging		Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke		Terminierungs- und Koordinationstools		Soziale Netzwerke		Online-Texteditoren		Weblogs		Mikroblogs		Social Bookmarking Services		
88	18,3%	237	32,1%	217	30,7%	86	22,6%	292	29,1%	214	26,1%	381	40,4%	649	51,9%	219	33,4%	weil ich keinen Mehrwert in der Nutzung dieser Anwendung sehe
129	26,6%	184	24,9%	124	17,5%	99	25,9%	49	4,9%	180	22%	154	16,3%	121	9,7%	99	15,1%	weil ich aktuell keinen Bedarf an technischer Unterstützung in dieser Form habe
120	24,8%	32	4,3%	129	18,4%	87	22,8%	11	1,1%	145	17,8%	147	15,6%	89	7,1%	167	25,5%	weil ich mich bislang noch nicht damit beschäftigt habe
43	8,9%	10	1,4%	40	5,7%	20	5,2%	7	0,7%	29	3,6%	32	3,4%	21	1,7%	20	3,1%	weil mir die Zeit fehlt, mich in die Anwendung einzuarbeiten
3	0,5%	24	3,2%	47	6,7%	8	2,1%	287	28,6%	104	12,7%	12	1,3%	78	6,2%	12	1,9%	weil ich mit den Nutzungsbedingungen nicht einverstanden bin
14	2,9%	41	5,6%	12	1,7%	7	1,9%	29	2,9%	12	1,5%	52	5,5%	71	5,7%	13	2%	weil die Nutzung eines solchen Werkzeugs in meiner Disziplin nicht üblich ist
2	0,4%	96	13%	19	2,6%	3	0,7%	186	18,5%	1	0,1%	10	1,1%	29	2,3%	3	0,4%	weil ich es für private Kommunikation nutze und Privates und Berufliches voneinander trennen möchte
32	6,5%	25	3,4%	36	5,1%	11	3%	35	3,5%	32	3,9%	40	4,2%	48	3,9%	34	5,1%	aus anderen Gründen
54	11,1%	88	11,9%	82	11,6%	61	16%	108	10,8%	100	12,3%	114	12,1%	144	11,5%	89	13,6%	k.A.
484	100%	738	100%	705	100%	382	100%	1006	100%	818	100%	943	100%	1250	100%	655	100%	Gesamt

4.5 Aktive und passive Nutzung von Social-Media-Anwendungen im akademischen Arbeitsalltag

Das Web 2.0 wird zuweilen auch als „Mitmachnetz“ bezeichnet (siehe z.B. Fisch/Gscheidle 2006, S. 356), weil es den Nutzer/-innen ermöglicht, eigene Inhalte als sogenannten „user generated content“ mit vergleichsweise geringem Aufwand im Netz zu veröffentlichen. Werkzeuge, für die im Science 2.0-Survey neben der Inhalte rezipierenden (passiven) Nutzung auch die Inhalte generierenden (aktiven) Nutzung konkretisiert wurden, sind Mikroblogs, Weblogs, Andere Wikis, die Wikipedia, Internetforen, Video/Foto-Community-Portale und Soziale Netzwerke. In Anlehnung an die ARD/ZDF-Onlinestudie wurde der Fragefokus der aktiven/passiven Nutzung im Vergleich zur Durchführung des Science 2.0-Surveys des Vorjahres um den Aspekt erweitert, dass eine umfassende aktive Nutzung in der Regel nur durch einen Login ermöglicht wird (Busemann 2013, S. 391).

Bisherige Studien haben gezeigt, dass nur ein kleiner Teil der Nutzer/-innen das Web 2.0 in dem Sinne nutzt, dass eigene Inhalte veröffentlicht und geteilt werden, wohingegen der größere Teil die bestehenden Inhalte des Web 2.0 rezipiert (ebd.). Für die Wissenschaft gilt dies allerdings nur bedingt. Zwar ist auch unter den Befragten des Science 2.0-Survey die rezipierende Nutzung von Angeboten wie Weblogs, Firmenwikis, Internetforen, Mikroblogs oder Video/Foto-Community-Portalen stärker verbreitet als die Nutzung zur Publikation eigener Beiträge, Videos/Fotos oder auch Kommentaren. Von mangelndem Interesse an einer aktiven Beteiligung am Web 2.0 kann jedoch angesichts von jeweils mindestens fast 30 Prozent aktiven Nutzer/-innen unter denjenigen, die die entsprechenden Angebote überwiegend beruflich oder zumindest zu gleichen Teilen beruflich wie privat nutzen, nicht die Rede sein (Tab. 23). Dennoch dienen die meisten Werkzeuge vor allem als Informations- und Recherchequelle, d.h. auch Wissenschaftler/-innen konsumieren insgesamt stärker bereitgestellte Inhalte, als dass sie eigene Inhalte erstellen, verbreiten und teilen.

Am meisten bringen sich Wissenschaftler/-innen aktiv bei Mikroblogs und Sozialen Netzwerken ein. 56 Prozent derjenigen, die Mikroblogs zu mindestens gleichen Teilen beruflich und privat nutzen, posten eigene Beiträge und 47 Prozent kommentieren die Beiträge anderer Nutzer/-innen oder leiten diese weiter. Soziale Netzwerke erfahren den höchsten Grad an aktiver Beteiligung durch Wissenschaftler/-innen. Am meisten nutzen Wissenschaftler/-innen, die Soziale Netzwerke zu mindestens gleichen Teilen privat und beruflich nutzen, diese, um Kontakte mit Kolleg/-innen zu suchen und zu pflegen (70%) und um sich zu informieren, was im eigenen Netzwerk aktuell passiert (73%). Auch das Erstellen eigener Beiträge und Kommentare (53%), das Posten von Links und Informationen (60%) und der Austausch mit Kolleg/-innen (54%) mithilfe von Sozialen Netzwerken ist unter diesen Wissenschaftler/-innen sehr verbreitet.

Für die Wikipedia zeigen sich die stärksten Unterschiede in der passiven und aktiven Nutzung. Während die Wikipedia das Werkzeug ist, welches von fast allen Wissenschaftler/-innen für akademische Zwecke genutzt wird, ist dagegen zu beobachten, dass sich nur ein sehr geringer Teil in die aktive Gestaltung der Wikipedia durch das Erstellen eigener Artikel (10%) oder das Kommentieren anderer Beiträge (4%) einbringt. Das Erstellen und Bearbeiten von Wiki-Seiten anderer Wikis wird hingegen von 30 Prozent derjenigen Wissenschaftler/-innen, die Wikis beruflich nutzen, praktiziert. 25 Prozent der Wissenschaftler/-innen, die Internetforen zu mindestens gleichen Teilen beruflich und privat nutzen, verfassen Beiträge und 22 Prozent beantworten Beiträge von anderen auf Internetforen. Einen etwa ebenso hohen Aktivitätslevel weisen Weblogs auf. 26 Prozent der Wissenschaftler/-innen, die Weblogs zumindest zu gleichen Teilen privat und beruflich nutzen, verfassen eigene Blogeinträge. Die Beiträge anderer Blogger/-innen kommentieren 19 Prozent. Weniger stark wird hingegen die Kommentarfunktion von Video/Foto-Community-Portalen genutzt. Nur sechs Prozent der dieses Werkzeug beruflich nutzenden Wissenschaftler/-innen kommentieren Videos oder Fotos.

Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler setzen onlinebasierte Werkzeuge in durchaus unterschiedlichem Umfang ein. Auffällig ist hierbei, dass zwar für so gut wie alle erfragten Web 2.0-Werkzeuge teils recht große Unterschiede in der rezipierenden Nutzung festzustellen sind (siehe Abschnitt 4.2), dieses Verhältnis hinsichtlich der aktiven Nutzung jedoch bricht. So ist z.B.

für Mikroblogs die passive Nutzung bei Männern deutlich ausgeprägter als bei Frauen (Männer 54% vs. Frauen 37%). Das Verhältnis im Hinblick auf das Posten eigener Beiträge (je 50%) und das Kommentieren von Beiträgen anderer Personen ist jedoch zwischen den Geschlechtern ausgeglichen (22% vs. 25%). Auch bei Weblogs und Video/Foto-Community-Portale ist ein ähnliches Muster anzutreffen. Für Weblogs ist zu beobachten, dass mehr Wissenschaftler Beiträge anderer Blogger/-innen lesen als ihre Kolleginnen (54% vs. 39%). Bezüglich der Aktivitäten eigene Blogeinträge zu verfassen und die Beiträge anderer Blogger/-innen zu kommentieren, relativiert sich dieses Verhältnis zwischen Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen wieder leicht. Zwar verfassen auch mehr Wissenschaftler Blogeinträge als Wissenschaftlerinnen (16% vs. 10%), der Unterschied bei der Kommentarfunktion nähert sich dann jedoch weiter an und beträgt nur noch 2 Prozentpunkte. Die aktive Beteiligung in Sozialen Netzwerken ist bei Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern fast durchweg ausgeglichen und für die Tätigkeiten, wie das Pflegen von Kontakten, das Informieren, Beiträge schreiben und Kommentieren sowie das Posten und Verteilen von Informationen, gleich verteilt. Einziger Aspekt bei dem Wissenschaftler Soziale Netzwerke häufiger einsetzen als ihre Kolleginnen ist der Austausch mit Kolleg/-innen (23% vs. 30%).

Durchgängig setzen sich die 30- bis 34-jährigen Wissenschaftler/-innen am aktivsten mit onlinebasierten Werkzeugen auseinander. Auch die **Altersgruppen** der 25- bis 29-Jährigen und 35- bis 39-Jährigen nutzen Web 2.0-Werkzeuge sehr aktiv. Dabei nutzen mehr 35- bis 39-jährige Wissenschaftler/-innen Mikroblogs und Soziale Netzwerke, während sich die 25- bis 29-jährigen Wissenschaftler/-innen aktiver bei Weblogs, anderen Wikis, Internetforen und Video/Foto-Community-Portale einbringen. Die Altersgruppen der 45- bis 54-Jährigen weisen dagegen einzelne Spitzen und starke Schwankungen in der aktiven und passiven Nutzung spezieller Werkzeuge auf.

Die großen **Fächergruppen**, Mathematik und Naturwissenschaften, Sprach- und Kulturwissenschaften sowie Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, sind gleichzeitig auch die Disziplinen, in denen die befragten Wissenschaftler/-innen Web 2.0-Werkzeuge am stärksten aktiv nutzen. Weblogs, Andere Wikis, Video/Foto-Community-Portale und Soziale Netzwerke werden zudem auch von Sprach- und Kulturwissenschaftler/-innen sehr aktiv genutzt. Unter Ingenieur/-innen ist die aktive Nutzung von onlinebasierten Werkzeugen dagegen überraschend gering ausgeprägt. Einzig bei Internetforen, Video/Foto-Community-Portale und anderen Wikis bringen sich Ingenieur/-innen stärker ein, indem sie Beiträge in Internetforen verfassen (5%), Wiki Seiten erstellen (7%) oder Videos/Fotos hoch- bzw. runterladen (7%). Sprach- und Kulturwissenschaftler/-innen sowie Mathematiker/-innen und Naturwissenschaftler/-innen bringen sich besonders stark bei Mikroblogs und Sozialen Netzwerken ein. Besonders bei den Sprach- und Kulturwissenschaftler/-innen ist bei Mikroblogs zu beobachten, dass fast genauso häufig wie Tweets gelesen (17%) auch eigene Beiträge gepostet werden (15%). Für Mathematiker/-innen, Naturwissenschaftler/-innen und Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler/-innen ist im Hinblick auf Mikroblogs zu beobachten, dass fast genauso häufig Beiträge anderer Personen kommentiert (18%) wie eigene Beiträge gepostet werden (17% bzw. 19%).

In der Wikipedia dagegen liest die überwiegenden Mehrheit der Wissenschaftler/-innen Artikel und nur 10% der Wissenschaftler/-innen schreiben eigene Beiträge und 4% kommentieren Beiträge anderer Nutzer/-innen. Dabei lesen von den vier großen Fächergruppen anteilig am meisten Mathematiker/-innen und Naturwissenschaftler/-innen die Wikipedia (32%), während der Anteil in den Rechts-, Sozial- und Wirtschaftswissenschaften bei nur 17 Prozent und in den Ingenieurwissenschaften bei 21 Prozent liegt.

Zwischen den Disziplinen lassen sich also im Umgang mit den verschiedenen Werkzeugen Unterschiede feststellen. Dabei stechen nicht ausschließlich die mit dem Begriff „MINT-Fächer“ verbundenen Disziplinen durch hohen aktiven Gebrauch von Web 2.0-Werkzeugen heraus. Vor allem Sprach- und Kulturwissenschaften, wie auch Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften nutzen Web 2.0-Werkzeuge intensiv und bedienen sich der verschiedenen Technologien.

Aktive und passive Nutzung von Social-Media-Anwendungen, Teil I

	Mikroblogs						Weblogs					
	lesen anderer Tweets		eigene Beiträge (unter eigenem Account) posten		Beiträge anderer Personen kommentieren/ weiterleiten		Beiträge anderer Blogger lesen		eigene Blogbeiträge verfassen		Beiträge anderer Blogger kommentieren	
Geschlecht												
allgemein	72	91,1%	44	55,7%	37	46,8%	237	94,8%	64	25,6%	47	18,8%
weiblich	29	36,7%	22	27,8%	17	21,5%	97	38,8%	24	9,6%	21	8,4%
männlich	43	54,4%	22	27,8%	20	25,3%	134	53,6%	39	15,6%	25	10%
k.A.	0	0%	0	0%	0	0%	7	2,8%	1	0,4%	1	0,4%
Altersgruppe												
20–24 Jahre	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
25–29 Jahre	11	13,9%	4	5,1%	5	6,3%	46	18,4%	5	2%	5	2%
30–34 Jahre	24	30,4%	18	22,8%	16	20,3%	63	25,2%	18	7,2%	14	5,6%
35–39 Jahre	14	17,7%	8	10,1%	7	8,9%	34	13,6%	8	3,2%	7	2,8%
40–44 Jahre	5	6,3%	3	3,8%	4	5,1%	20	8%	6	2,4%	4	1,6%
45–49 Jahre	7	8,9%	5	6,3%	2	2,5%	22	8,8%	12	4,8%	3	1,2%
50–54 Jahre	3	3,8%	3	3,8%	1	1,3%	21	8,4%	9	3,6%	5	2%
55–59 Jahre	8	10,1%	2	2,5%	2	2,5%	20	8%	5	2%	5	2%
60+ Jahre	1	1,3%	1	1,3%	0	0%	10	4%	1	0,4%	3	1,2%
k.A.	0	0%	0	0%	0	0%	2	0,8%	0	0,0%	0	0%
Fächergruppe												
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	0	0%	0	0%	0	0%	2	0,8%	0	0%	0	0%
Humanmedizin	2	2,5%	2	2,5%	1	1,3%	7	2,8%	1	0,4%	2	0,8%
Ingenieurwissenschaften	9	11,4%	2	2,5%	1	1,3%	26	10,4%	3	1,2%	1	0,4%
Sprach- und Kulturwissenschaften	13	16,5%	12	15,2%	8	10,1%	66	26,4%	21	8,4%	15	6%
Kunst und Kunstwissenschaften	6	7,6%	0	0%	0	0%	13	5,2%	4	1,6%	3	1,2%
Mathematik und Naturwissenschaften	22	27,8%	13	16,5%	14	17,7%	71	28,4%	13	5,2%	11	4,4%
Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	21	26,6%	15	19%	14	17,7%	51	20,4%	22	8,8%	15	6%
Sportwissenschaften	0	0%	0	0%	0	0%	2	0,8%	0	0%	0	0%
Veterinärmedizin	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Sonstige	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

Tab. 23: Aktive und passive Nutzung von Social-Media-Anwendungen, Teil I

Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug mindestens zu gleichen Teilen beruflich und privat nutzen (Mikroblogs n=79, Weblogs n=250, Soziale Netzwerke n=215)

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Aktive und passive Nutzung von Social-Media-Anwendungen, Teil I

Soziale Netzwerke											
Kontakte mit Kolleg/-innen suchen und pflegen		informieren, was im eigenen Netzwerk aktuell passiert		persönliche Nachrichten verschicken		Beiträge/ Kommentare schreiben		Links und Informationen posten		Austausch mit Kolleg/-innen (z.B. in Gruppen)	
150	69,8%	155	72,1%	128	59,5%	113	52,6%	127	59,1%	115	53,5%
68	31,6%	71	33%	65	30,2%	55	25,6%	63	29,3%	50	23,3%
80	37,2%	82	38,1%	63	29,3%	58	27%	64	29,8%	65	30,2%
2	0,9%	2	0,9%	0	0%	0	0%	1	0,5%	1	0,5%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
24	11,2%	22	10,2%	25	11,6%	16	7,4%	21	9,8%	20	9,3%
35	16,3%	37	17,2%	33	15,3%	30	14,0%	32	14,9%	28	13%
30	14%	30	14%	25	11,6%	25	11,6%	25	11,6%	19	8,8%
12	5,6%	14	6,5%	8	3,7%	5	2,3%	10	4,7%	9	4,2%
16	7,4%	20	9,3%	12	5,6%	16	7,4%	17	7,9%	12	5,6%
11	5,1%	10	4,7%	11	5,1%	8	3,7%	11	5,1%	10	4,7%
15	7%	17	7,9%	10	4,7%	11	5,1%	9	4,2%	12	5,6%
4	1,9%	3	1,4%	4	1,9%	2	0,9%	2	0,9%	4	1,9%
2	0,9%	2	0,9%	1	0,5%	0	0%	1	0,5%	2	0,9%
1	0,5%	3	1,4%	2	0,9%	1	0,5%	4	1,9%	1	0,5%
6	2,8%	5	2,3%	5	2,3%	5	2,3%	4	1,9%	6	2,8%
14	6,5%	14	6,5%	11	5,1%	11	5,1%	12	5,6%	5	2,3%
39	18,1%	36	16,7%	28	13%	30	14%	32	14,9%	28	13%
15	7%	17	7,9%	12	5,6%	12	5,6%	15	7%	14	6,5%
35	16,3%	37	17,2%	30	14%	29	13,5%	32	14,9%	32	14,9%
37	17,2%	41	19,1%	29	13,5%	26	12,1%	27	12,6%	28	13%
2	0,9%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
1	0,5%	1	0,5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0	0%	1	0,5%	1	0,5%	0	0%	1	0,5%	1	0,5%

Geschlecht

Altersgruppe

Fächergruppe

Aktive und passive Nutzung von Social-Media-Anwendungen, Teil II

		Wikipedia						Andere Wikis					
		Artikel lesen		Einträge verfassen und bearbeiten		kommen- tieren		lesen		Wiki-Seiten erstellen und bearbeiten		kommen- tieren	
	allgemein	1187	100%	114	9,6%	51	4,3%	703	91,4%	231	30%	86	11,2%
Geschlecht	weiblich	505	42,5%	35	2,9%	20	1,7%	270	35,1%	81	10,5%	30	3,9%
	männlich	661	55,7%	76	6,4%	29	2,4%	424	55,1%	148	19,2%	55	7,2%
	k.A.	15	1,3%	3	0,3%	2	0,2%	8	1%	3	0,4%	1	0,1%
Altersgruppe	20–24 Jahre	9	0,8%	0	0%	1	0,1%	8	1%	3	0,4%	0	0%
	25–29 Jahre	236	19,9%	9	0,8%	5	0,4%	164	21,3%	49	6,4%	13	1,7%
	30–34 Jahre	284	23,9%	28	2,4%	12	1%	194	25,2%	72	9,4%	29	3,8%
	35–39 Jahre	157	13,2%	16	1,3%	3	0,3%	88	11,4%	17	2,2%	5	0,7%
	40–44 Jahre	84	7,1%	12	1%	3	0,3%	56	7,3%	18	2,3%	7	0,9%
	45–49 Jahre	103	8,7%	17	1,4%	7	0,6%	48	6,2%	26	3,4%	8	1%
	50–54 Jahre	114	9,6%	9	0,8%	4	0,3%	52	6,8%	22	2,9%	6	0,8%
	55–59 Jahre	105	8,8%	18	1,5%	13	1,1%	52	6,8%	14	1,8%	14	1,8%
	60+ Jahre	75	6,3%	3	0,3%	4	0,3%	33	4,3%	5	0,7%	3	0,4%
	k.A.	16	1,3%	3	0,3%	0	0%	8	1%	5	0,7%	2	0,3%
Fächergruppe	Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	34	2,9%	2	0,2%	2	0,2%	13	1,7%	4	0,5%	2	0,3%
	Humanmedizin	60	5,1%	4	0,3%	2	0,2%	31	4%	5	0,7%	4	0,5%
	Ingenieurwissenschaften	247	20,8%	16	1,3%	4	0,3%	171	22,2%	51	6,6%	12	1,6%
	Sprach- und Kulturwissenschaften	204	17,2%	29	2,4%	10	0,8%	100	13%	34	4,4%	15	2%
	Kunst und Kunstwissenschaften	45	3,8%	7	0,6%	3	0,3%	27	3,5%	1	0,1%	2	0,3%
	Mathematik und Naturwissenschaften	377	31,8%	29	2,4%	16	1,3%	250	32,5%	109	14,2%	44	5,7%
	Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	193	16,3%	27	2,3%	13	1,1%	107	13,9%	29	3,8%	7	0,9%
	Sportwissenschaften	8	0,7%	0	0%	0	0%	2	0,3%	0	0%	0	0%
	Veterinärmedizin	6	0,5%	0	0%	0	0%	2	0,3%	0	0%	0	0%
	Sonstige	8	0,7%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

Tab. 24: Aktive und passive Nutzung von Social-Media-Anwendungen, Teil II

Basis Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, die das betreffende Werkzeug mindestens zu gleichen Teilen beruflich und privat nutzen (Wikipedia n=1187, Andere Wikis n=769, Internetforen n=640, Video/Foto-Community-Portale n=461)

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Aktive und passive Nutzung von Social-Media-Anwendungen, Teil II

Internetforen						Video/Foto-Community-Portale						
Beiträge lesen		Beiträge verfassen		Beiträge anderer Nutzer beantworten		Videos/Fotos ansehen		Videos/Fotos hoch- bzw. runterladen		Videos/Fotos kommentieren		
623	97,3%	160	25%	140	21,9%	414	89,8%	164	35,6%	27	5,9%	allgemein
261	40,8%	50	7,8%	46	7,2%	182	39,5%	65	14,1%	12	2,6%	weiblich
355	55,5%	109	17%	92	14,4%	227	49,2%	99	21,5%	15	3,3%	männlich
7	1,1%	2	0,3%	2	0,3%	5	1,1%	0	0%	0	0%	k.A.
5	0,8%	1	0,2%	1	0,2%	2	0,4%	1	0,2%	1	0,2%	20–24 Jahre
145	22,7%	33	5,2%	23	3,6%	70	15,2%	15	3,3%	3	0,7%	25–29 Jahre
181	28,3%	48	7,5%	31	4,8%	78	16,9%	21	4,6%	8	1,7%	30–34 Jahre
68	10,6%	19	3%	17	2,7%	59	12,8%	16	3,5%	3	0,7%	35–39 Jahre
45	7%	13	2%	12	1,9%	41	8,9%	13	2,8%	5	1,1%	40–44 Jahre
42	6,6%	13	2%	12	1,9%	38	8,2%	22	4,8%	0	0%	45–49 Jahre
49	7,7%	13	2%	17	2,7%	44	9,5%	30	6,5%	3	0,7%	50–54 Jahre
53	8,3%	12	1,9%	14	2,2%	44	9,5%	26	5,6%	5	1,1%	55–59 Jahre
25	3,9%	7	1,1%	10	1,6%	33	7,2%	16	3,5%	0	0%	60+ Jahre
11	1,7%	2	0,3%	3	0,5%	7	1,5%	3	0,7%	1	0,2%	k.A.
13	2%	3	0,5%	3	0,5%	7	1,5%	4	0,9%	1	0,2%	Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften
27	4,2%	7	1,1%	9	1,4%	16	3,5%	5	1,1%	3	0,7%	Humanmedizin
139	21,7%	30	4,7%	28	4,4%	71	15,4%	33	7,2%	2	0,4%	Ingenieurwissenschaften
88	13,8%	28	4,4%	22	3,4%	106	23%	43	9,3%	4	0,9%	Sprach- und Kulturwissenschaften
18	2,8%	3	0,5%	8	1,3%	31	6,7%	11	2,4%	1	0,2%	Kunst und Kunstwissenschaften
212	33,1%	62	9,7%	50	7,8%	97	21%	31	6,7%	8	1,7%	Mathematik und Naturwissenschaften
124	19,4%	27	4,2%	19	3%	79	17,1%	37	8%	9	2%	Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
2	0,3%	0	0%	0	0%	3	0,7%	0	0%	0	0%	Sportwissenschaften
1	0,2%	1	0,2%	0	0%	1	0,2%	0	0%	0	0%	Veterinärmedizin
1	0,2%	0	0%	1	0,2%	3	0,7%	0	0%	0	0%	Sonstige

5. Einstellungen zur Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen im akademischen Arbeitsalltag

Die Einstellung von Wissenschaftler/-innen gegenüber Internettechnologien zu kennen, kann helfen, die zukünftige Entwicklung der Nutzung von onlinebasierten Werkzeugen und Social-Media-Anwendungen besser einzuschätzen. Vor allem aber soll die Erfassung der internetbezogenen Einstellungen der befragten Wissenschaftler/-innen die Bewertung des ermittelten Nutzungsverhaltens unterstützen. So spielen Einstellungen eine entscheidende Rolle bei der Adoption von (Computer-)Technologien (Venkatesh & Bala 2008).

Die Einstellungsmessung der vorliegenden Studie orientiert sich an Skalen zur Messung der Technologie-Akzeptanz (ebd.) und schließt folgende vier Einstellungsdimensionen ein: Privacy Concerns (basierend auf Xu et al. 2011), Computer Anxiety und Self-Efficacy (basierend auf Venkatesh & Bala 2008) sowie Curiosity (basierend auf Kashdan et al. 2004).

Privacy Concerns
<ul style="list-style-type: none"> • Ich mache mir Sorgen, dass Daten, die ich im Internet bereitstelle, missbraucht werden könnten. • Ich stelle ungern Informationen ins Internet, weil ich nicht weiß, was Andere mit ihnen machen könnten. • Ich veröffentliche ungern Daten im Internet, weil diese in einer Weise verwendet werden könnten, die ich nicht vorhersehen kann.^a • Ich kenne die Nutzungsbedingungen der Web-2.0 Tools, die ich nutze.
Computer Anxiety
<ul style="list-style-type: none"> • Es macht mich nervös, mit Sozialen Medien zu arbeiten. • Der Gedanke, dass es beim fehlerhaften Gebrauch von Sozialen Medien zu Datenverlust kommen könnte, ängstigt mich. • Wenn ich Soziale Medien nutze, habe ich Angst, Fehler zu machen, die ich nicht mehr korrigieren kann. • Soziale Medien wirken auf mich etwas einschüchternd.
Curiosity
<ul style="list-style-type: none"> • Ich informiere mich so häufig wie möglich über technische Neuheiten wie z.B. Smartphones, Computer, Software, Internet-Applikationen. • Ich überlege häufig, wie ich technische Neuheiten für mich nutzen kann. • Wenn mich eine technische Neuheit interessiert, dann informiere ich mich gründlich darüber. • Freunde oder Bekannte beschreiben mich als technikinteressiert.
Computer Self-Efficacy
<p>Ich könnte eine Aufgabe mit Hilfe von Social Media erfüllen (z.B. eine Anfrage beantworten), ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ...auch wenn niemand da wäre, der mir sagt, wie ich dabei vorzugehen habe. • ...wenn ich jemanden um Hilfe bitten könnte, falls ich feststecke. • ...wenn ich genügend Zeit für die Nutzung hätte. • ...wenn ich nur die eingebaute Hilfefunktion der Plattformen zur Unterstützung verwenden kann.

Tab. 25: Übersicht der in der Befragung genutzten Items zur Erhebung der Einstellungsdimensionen „Privacy Concerns“, „Computer Anxiety“, „Self-Efficacy“ und „Curiosity“

^a geringfügige Anpassung des Wortlautes gegenüber der ursprünglichen Formulierung

Die internen Konsistenzen der Skalen streuen zwischen 0,706 und 0,857. Sie sind damit als akzeptabel bis gut zu bewerten (Tab. 27). Die Einstellungsmessung wurde allen Teilnehmer/-innen der Studie präsentiert. Die Zustimmung zu den einzelnen Items sollten die Wissenschaftler/-innen anhand einer fünffach abgestuften Likertskala (1=„stimme nicht zu“, 2=„stimme eher nicht zu“, 3= „unentschieden“, 4=„stimme eher zu“ und 5=„stimme völlig zu“) einordnen.

Es lässt sich feststellen, dass Wissenschaftler/-innen für Datenschutzaspekte sensibilisiert sind und relativ starke Bedenken bezüglich der Verbreitung und des Zugriffs auf persönliche Daten im Internet durch andere Personen zeigen ($M=3,430$, $SD=0,9023$). Etwas mehr als zwei Drittel (70%) der Wissenschaftler/-innen stellen ungern Daten ins Internet, weil sie nicht vorhersehen können, wie diese Daten verwendet werden ($M=3,58$, $SD=1,279$) oder befürchten, dass veröffentlichte Daten missbraucht werden könnten ($M=3,81$, $SD=1,169$). Etwas mehr als die Hälfte (58%) stellen ungern Daten ins Internet, weil sie nicht wissen, was andere damit machen ($M=3,51$, $SD=1,272$). Wissenschaftlerinnen sind dabei hinsichtlich des Umgangs mit persönlichen Daten etwas stärker besorgt ($M=3,594$, $SD=0,820$) als ihre männlichen Kollegen ($M=3,304$, $SD=0,920$).

Speziell im Umgang mit Social-Media-Anwendungen zeigen sich Wissenschaftler/-innen überwiegend aufgeschlossen und besitzen wenig Berührungsängste. Fast drei Viertel der Wissenschaftler/-innen (73%) geben an, dass Soziale Medien sie nicht oder eher nicht einschüchtern ($M=1,92$, $SD=1,135$), jedoch sind nur maximal ein Viertel der Wissenschaftler/-innen davon überzeugt, den Umgang mit Sozialen Medien so zu beherrschen, dass keine Daten verloren gehen oder Fehler nicht zu korrigieren sind ($M=2,42$, $SD=1,259$).

Viele der befragten Wissenschaftler/-innen müssen sich, wie folgende Ergebnisse zeigen, erst in den Umgang und die Nutzung von Social-Media-Angeboten einarbeiten. Zeit ist der ausschlaggebende Faktor, um Aufgaben mithilfe von Social-Media-Anwendungen zu bewältigen. Zwei Drittel stimmen der Aussage, dass sie eine Aufgabe mithilfe von Social Media erfüllen könnten, wenn sie genügend Zeit dafür hätten, eher oder völlig zu. Drei Viertel der Wissenschaftler/-innen stimmen der Aussage eher oder völlig zu, dass sie eine Aufgabe auch dann erfüllen könnten, wenn niemand da wäre, der sagt wie vorzugehen sei. Nichtsdestotrotz sind eingebaute Hilfsfunktionen oder auch die Unterstützung durch andere Personen für den Umgang mit Social-Media-Werkzeugen nicht unerheblich. 58 Prozent der Wissenschaftler/-innen stimmten der Aussage eher oder völlig zu, dass sie eine Aufgabe mithilfe von Social Media lösen könnten, wenn sie jemanden um Hilfe bitten könnten. Auch die Nutzung von Hilfsfunktionen ist wichtig, um mit Social-Media-Anwendungen arbeiten zu können. Die Hälfte der sächsischen Wissenschaftler/-innen stimmt der Aussage eher und völlig zu, Social-Media-Anwendungen nutzen zu können, wenn nur die eingebaute Hilfsfunktion der jeweiligen Anwendung zur Verfügung steht. Gleichzeitig ist jedoch fast ein Viertel der Wissenschaftler/-innen unentschieden, ob der Umgang mit Social-Media-Anwendungen nur mit der angebotenen Online-Hilfe zu bewältigen sei (23%), und 21 Prozent der befragten Wissenschaftler/-innen stimmen dieser Aussage nicht oder eher nicht zu. Trotz dieser Skepsis ist das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten im Umgang mit Social-Media-Anwendungen unter Wissenschaftler/-innen stark ausgeprägt. Mindestens die Hälfte der Wissenschaftler/-innen stimmen der Aussage zu, dass sie Aufgaben mithilfe von Social-Media-Anwendungen bewältigen können.

Wissenschaftler/-innen ab 60 Jahre zeigen ein leicht schwächeres Selbstvertrauen bezüglich Social-Media-Anwendungen ($M=2,706$, $SD=1,061$). Auch die 55- bis 59-Jährigen haben ein etwas geringer ausgeprägtes Selbstvertrauen im Umgang mit Social-Media-Anwendungen ($M=3,108$, $SD=1,103$). Im Vergleich zu diesen beiden Altersgruppen zeigen insbesondere die jüngeren Wissenschaftler/-innen zwischen 20 und 34 Jahre ein wesentlich ausgeprägteres Selbstbewusstsein im Umgang mit Social-Media-Anwendungen ($M=3,815$ – $3,979$, $SD=0,953$ – $1,021$). Auch zwischen den verschiedenen Statusgruppen sind Unterschiede zu beobachten: Während Doktorand/-innen mit Status Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/-in ($M=3,852$), Wissenschaftliche Hilfskräfte ($M=3,715$) und Privatdozent/-innen ($M=3,603$) ein relativ hohes Selbstvertrauen aufweisen, ist das Selbstvertrauen im Umgang mit Social-Media-Anwendungen bei Junior-Professor/-innen ($M=3,333$) und Professor/-innen ($M=3,270$) etwas schwächer ausgeprägt.

Gegenüber neuen technischen Entwicklungen zeigen sich Wissenschaftler/-innen an deutschen Hochschulen zudem insgesamt aufgeschlossen. Insbesondere wenn sie eine technische Neuheit

interessiert, geben drei Viertel der Wissenschaftler/-innen an, dass sie sich gründlich darüber informieren. Gleichzeitig überlegen jedoch nur 39 Prozent der Wissenschaftler/-innen, wie sie technische Neuheiten für sich nutzen können. Hinsichtlich der Altersgruppen ist dabei zu beobachten, dass sich insbesondere die Wissenschaftler/-innen ab 55 Jahre als sehr offen einschätzen, während die Altersgruppe der 40- bis 44-jährigen Wissenschaftler/-innen weniger Interesse zu zeigen scheint. Auch zwischen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zeigen sich hierbei Unterschiede dahingehend, dass sich Wissenschaftler als stärker neuen Technologien zugewandt betrachten als Wissenschaftlerinnen.

Einstellungen insgesamt

	stimme nicht zu		stimme eher nicht zu		unent-schieden		stimme eher zu		stimme völlig zu		keine Angabe		N	M	SD
Ich mache mir Sorgen, dass Daten, die ich im Internet bereitstelle, missbraucht werden könnten.	40	2,8%	190	13,4%	186	13,1%	518	36,5%	472	33,3%	13	0,9%	1.419	3,81	1,169
Ich stelle ungern Informationen ins Internet, weil ich nicht weiß, was Andere mit ihnen machen könnten.	79	5,6%	273	19,2%	220	15,5%	464	32,7%	368	26%	15	1,1%	1.419	3,51	1,272
Ich veröffentliche ungern Daten im Internet, weil diese auf Arten verwendet werden könnten, die ich nicht vorhersehen kann.	73	5,2%	244	17,2%	207	14,6%	477	33,6%	396	27,9%	21	1,5%	1.419	3,58	1,279
Ich kenne die Nutzungsbedingungen der Web 2.0-Tools, die ich nutze.	196	13,8%	372	26,2%	349	24,6%	368	25,9%	109	7,7%	25	1,8%	1.419	2,82	1,229
Es macht mich nervös, mit Sozialen Medien zu arbeiten.	437	30,8%	445	31,4%	212	14,9%	185	13%	107	7,5%	34	2,4%	1.419	2,28	1,294
Der Gedanke, dass es beim fehlerhaften Gebrauch von Sozialen Medien zu Datenverlust kommen könnte, ängstigt mich.	391	27,6%	474	33,4%	229	16,2%	207	14,6%	84	5,9%	32	2,3%	1.419	2,31	1,246
Wenn ich Soziale Medien nutze, habe ich Angst, Fehler zu machen, die ich nicht mehr korrigieren kann.	353	24,9%	443	31,2%	256	18%	252	17,8%	84	5,9%	32	2,2%	1.419	2,42	1,259
Soziale Medien wirken auf mich etwas einschüchternd.	608	42,8%	429	30,3%	182	12,8%	116	8,2%	50	3,5%	33	2,3%	1.419	1,92	1,135
Ich informiere mich so häufig wie möglich über technische Neuheiten wie z.B. Smartphones, Computer, Software, Internet-Applikationen.	242	17%	420	29,6%	226	15,9%	346	24,4%	168	11,9%	17	1,2%	1.419	2,81	1,330
Ich überlege häufig, wie ich technische Neuheiten für mich nutzen kann.	179	12,6%	373	26,3%	223	15,7%	459	32,3%	166	11,7%	19	1,3%	1.419	3,00	1,296
Wenn mich eine technische Neuheit interessiert, dann informiere ich mich gründlich darüber.	63	4,4%	115	8,1%	169	11,9%	636	44,8%	422	29,7%	15	1,1%	1.419	3,84	1,133
Freunde oder Bekannte beschreiben mich als technikinteressiert.	215	15,2%	279	19,7%	309	21,8%	358	25,2%	231	16,3%	26	1,8%	1.419	3,02	1,368
Ich könnte eine Aufgabe mit Hilfe von Social Media erfüllen (z.B. eine Anfrage beantworten), ...															
... auch wenn niemand da wäre, der mir sagt, wie ich dabei vorzugehen habe.	62	4,4%	93	6,5%	182	12,8%	523	36,9%	528	37,2%	31	2,2%	1.419	3,89	1,222
... wenn ich jemanden um Hilfe bitten könnte, falls ich feststecke.	116	8,2%	150	10,6%	241	17%	405	28,5%	417	29,4%	90	6,3%	1.419	3,41	1,515
... wenn ich genügend Zeit für die Nutzung hätte.	90	6,3%	105	7,4%	209	14,7%	478	33,7%	460	32,4%	77	5,4%	1.419	3,62	1,437
... wenn ich nur die eingebaute Hilfefunktion der Plattformen zur Unterstützung verwenden kann.	137	9,7%	163	11,5%	327	23%	358	25,2%	345	24,3%	88	6,2%	1.419	3,24	1,494

Tab. 26: Einstellungen insgesamt

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Einstellungsmessung Reliabilitätsanalyse

	M	SD	Cronbachs Alpha
Privacy Concerns	3,430	0,90232	0,706
Computer Anxiety	2,233	0,99053	0,817
Computer Self-Efficacy	3,543	1,12159	0,791
Curiosity	3,169	1,07516	0,857

Tab. 27: Interne Skalvalidität
 Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419
 Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Einstellungen nach Geschlecht

		N	M	SD	Signifikanz
Privacy Concerns	weiblich	614	3,5939	0,82083	0,000
	männlich	782	3,3040	0,92038	
	k.A.	23	3,3095	1,52807	
Computer Anxiety	weiblich	614	2,3305	0,96363	0,000
	männlich	782	2,1484	0,99320	
	k.A.	23	2,4957	1,33122	
Computer Self-Efficacy	weiblich	614	3,6400	1,00986	0,017
	männlich	782	3,4851	1,17319	
	k.A.	23	2,9165	1,74918	
Curiosity	weiblich	614	2,7940	0,99719	0,000
	männlich	782	3,4755	1,02527	
	k.A.	23	2,7756	1,44194	

Tab. 28: Einstellungen nach Geschlecht
 Mittelwerte der Einstellungsskalen (M), Standardabweichung (SD) und Signifikanz ($\alpha=0,05$) der Mittelwertunterschiede zwischen den Gruppen gemäß H-Test.
 Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, n=1.419
 Quelle: Science 2.0-Survey 2014

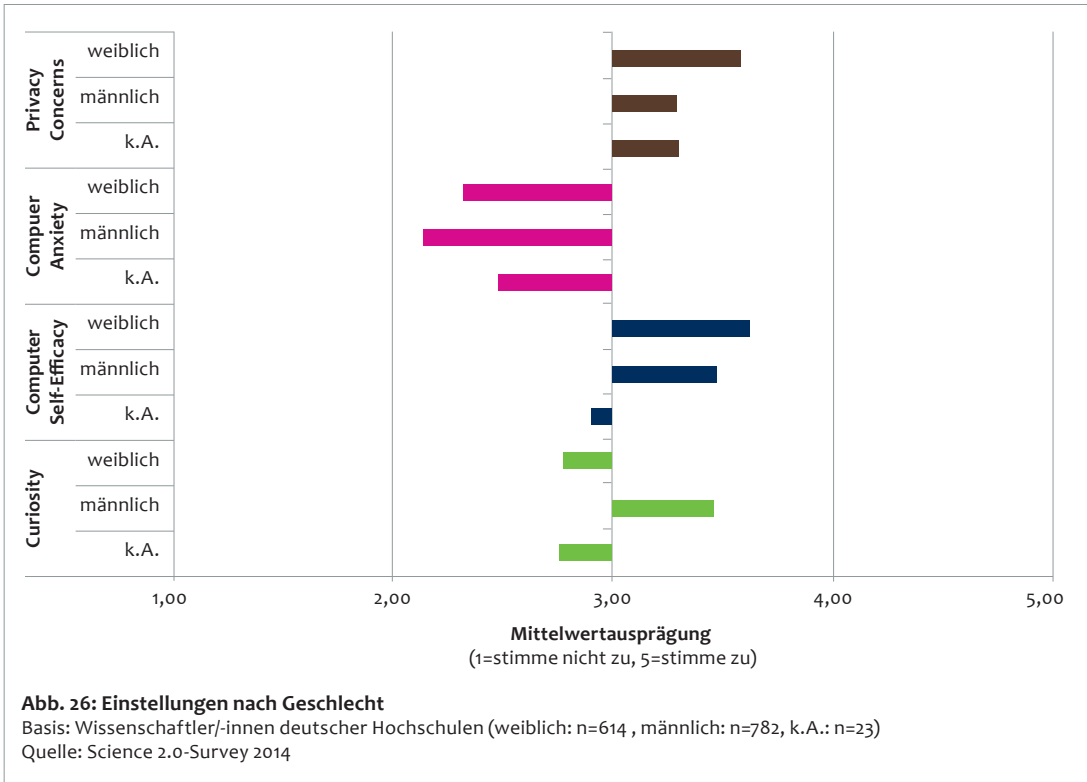


Abb. 26: Einstellungen nach Geschlecht
 Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen (weiblich: n=614 , männlich: n=782, k.A.: n=23)
 Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Einstellungen nach Altersgruppen

	Alter	N	M	SD	Signifikanz
Privacy Concerns	20–24 Jahre	10	3,2708	0,59359	0,001
	25–29 Jahre	296	3,4568	0,81597	
	30–34 Jahre	352	3,5281	0,86643	
	35–39 Jahre	183	3,3618	0,91129	
	40–44 Jahre	103	3,3920	0,90873	
	45–49 Jahre	119	3,1629	1,01151	
	50–54 Jahre	133	3,5192	0,82127	
	55–59 Jahre	112	3,3909	0,92168	
	60+ Jahre	84	3,3411	0,94855	
	k.A.	25	3,6995	1,56615	
Computer Anxiety	20–24 Jahre	10	2,0833	0,62097	0,122
	25–29 Jahre	296	2,1748	0,88962	
	30–34 Jahre	352	2,2446	0,97029	
	35–39 Jahre	183	2,1990	0,92613	
	40–44 Jahre	103	2,0455	0,84839	
	45–49 Jahre	119	2,2038	1,03828	
	50–54 Jahre	133	2,3605	1,11140	
	55–59 Jahre	112	2,2384	0,99436	
	60+ Jahre	84	2,4056	1,25537	
	k.A.	25	2,6818	1,39440	
Computer Self-Efficacy	20–24 Jahre	10	3,9792	0,95269	0,000
	25–29 Jahre	296	3,8879	1,02662	
	30–34 Jahre	352	3,8149	1,02064	
	35–39 Jahre	183	3,4269	1,20031	
	40–44 Jahre	103	3,4227	1,07484	
	45–49 Jahre	119	3,3802	1,06474	
	50–54 Jahre	133	3,4051	0,98838	
	55–59 Jahre	112	3,1081	1,10308	
	60+ Jahre	84	2,7069	1,06089	
	k.A.	25	3,0822	1,67531	
Curiosity	20–24 Jahre	10	3,1667	1,16007	0,043
	25–29 Jahre	296	3,0911	1,08454	
	30–34 Jahre	352	3,1881	1,07505	
	35–39 Jahre	183	3,1525	1,07950	
	40–44 Jahre	103	2,9858	1,08656	
	45–49 Jahre	119	3,1063	1,04053	
	50–54 Jahre	133	3,2372	1,02747	
	55–59 Jahre	112	3,4117	0,93486	
	60+ Jahre	84	3,3896	1,11995	
	k.A.	25	2,8132	1,45932	

Tab. 29: Einstellungen nach Altersgruppen

Mittelwerte der Einstellungsskalen (M), Standardabweichung (SD) und Signifikanz ($\alpha=0,05$) der Mittelwertunterschiede zwischen den Gruppen gemäß H-Test.

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, $n=1.419$

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

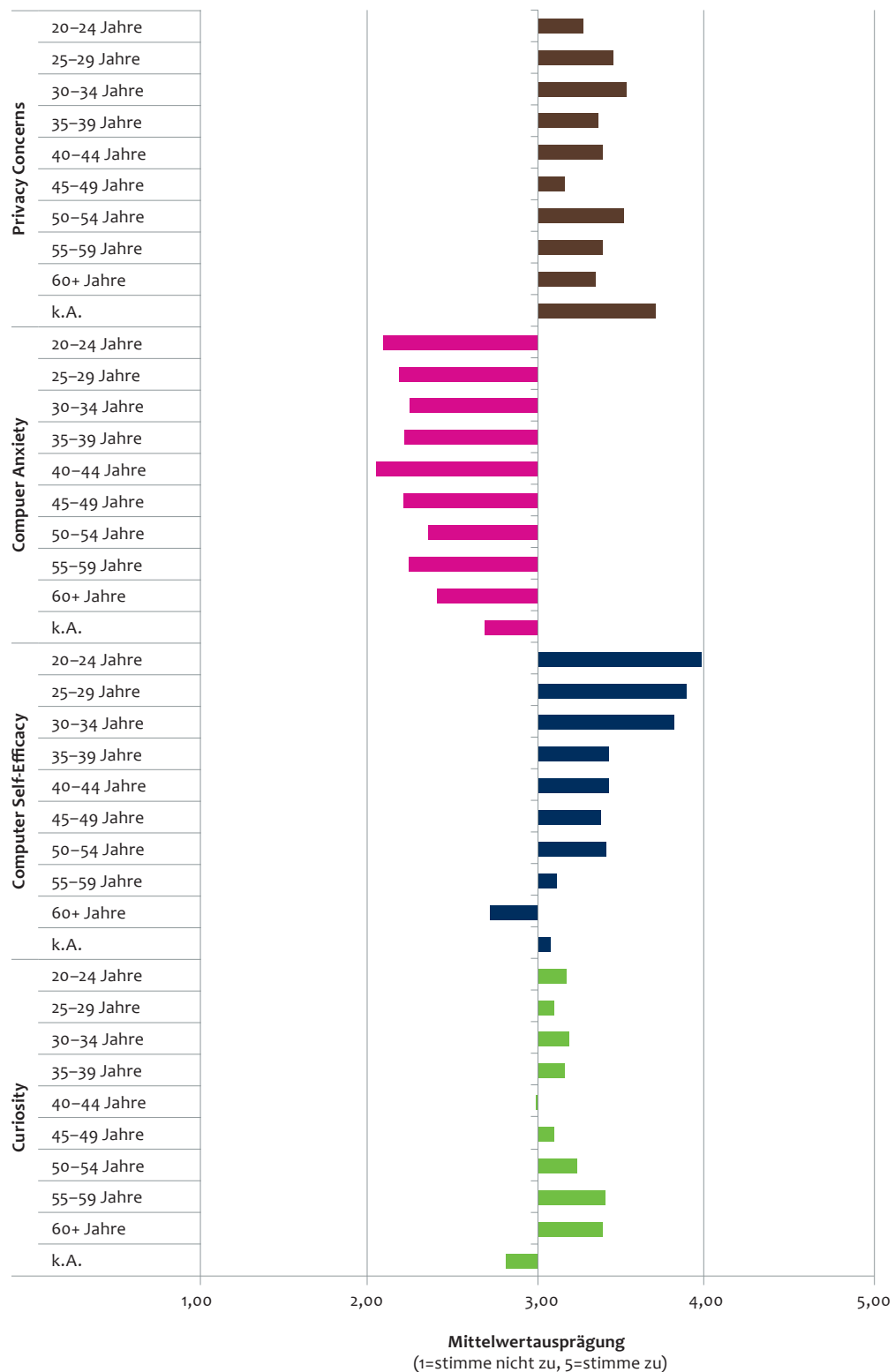


Abb. 27: Einstellungen nach Altersgruppen

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen (20-24 Jahre: n= 10, 25-29 Jahre: n=296, 30-34 Jahre: n=352, 35-39 Jahre: n=183, 40-44 Jahre: n=103, 45-49 Jahre: n=119, 50-54 Jahre: n=133, 55-59 Jahre: n=112, 60+ Jahre: n= 84, k.A.: n=25).
Quelle: Science 2.0-Survey 2014

Einstellungen nach wissenschaftlichem Status

	N	M	SD	Signifikanz
Privacy Concerns	Akad. Rat/Rätin	27	3,0625	0,91649
	Doktorand/-in	67	3,1964	0,91589
	Doktorand/-in und wiss. Mitarbeiter/-in	315	3,5372	0,82583
	Postdoktorand/-in	90	3,3760	1,08576
	Privatdozent/-in	34	3,2750	0,83267
	Jun.-Professor/-in	15	3,6806	0,91600
	Professor/-in	332	3,2454	0,96743
	Wiss. Hilfskraft	25	3,7188	0,73554
	Wiss. Mitarbeiter/-in	459	3,5144	0,85686
	Sonstiges	54	3,6774	0,76556
	keine Angabe	1	3,0000	0,00000
Computer Anxiety	Akad. Rat/Rätin	27	2,4453	0,96760
	Doktorand/-in	67	2,1679	,93413
	Doktorand/-in und wiss. Mitarbeiter/-in	315	2,2055	0,94955
	Postdoktorand/-in	90	2,2418	0,98012
	Privatdozent/-in	34	2,1923	0,83603
	Jun.-Professor/-in	15	2,3056	1,10297
	Professor/-in	332	2,1790	1,08333
	Wiss. Hilfskraft	25	2,1084	0,85518
	Wiss. Mitarbeiter/-in	459	2,2722	0,98325
	Sonstiges	54	2,3845	0,91354
	keine Angabe	1	3,7500	0,00000
Computer Self-Efficacy	Akad. Rat/Rätin	27	3,4609	1,13613
	Doktorand/-in	67	3,6434	1,08938
	Doktorand/-in und wiss. Mitarbeiter/-in	315	3,8519	1,10027
	Postdoktorand/-in	90	3,4529	1,31808
	Privatdozent/-in	34	3,6027	0,72271
	Jun.-Professor/-in	15	3,3333	1,42760
	Professor/-in	332	3,2704	1,10300
	Wiss. Hilfskraft	25	3,7151	1,05829
	Wiss. Mitarbeiter/-in	459	3,5672	1,08252
	Sonstiges	54	3,2282	1,07174
	keine Angabe	1	3,5000	0,00000
Curiosity	Akad. Rat/Rätin	27	3,3281	1,06102
	Doktorand/-in	67	3,0699	1,02604
	Doktorand/-in und wiss. Mitarbeiter/-in	315	3,1505	1,05652
	Postdoktorand/-in	90	3,0194	1,22799
	Privatdozent/-in	34	3,4380	0,97263
	Jun.-Professor/-in	15	2,8194	1,26989
	Professor/-in	332	3,2008	1,04492
	Wiss. Hilfskraft	25	3,3028	1,15578
	Wiss. Mitarbeiter/-in	459	3,1420	1,07579
	Sonstiges	54	3,5038	1,07668
	keine Angabe	1	1,7500	0,00000

Tab. 30: Einstellungen nach wissenschaftlichem Status

Mittelwerte der Einstellungsskalen (M), Standardabweichung (SD) und Signifikanz ($\alpha=0,05$) der Mittelwertunterschiede zwischen den Gruppen gemäß H-Test.

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, $n=1.419$

Quelle: Science 2.0-Survey 2014

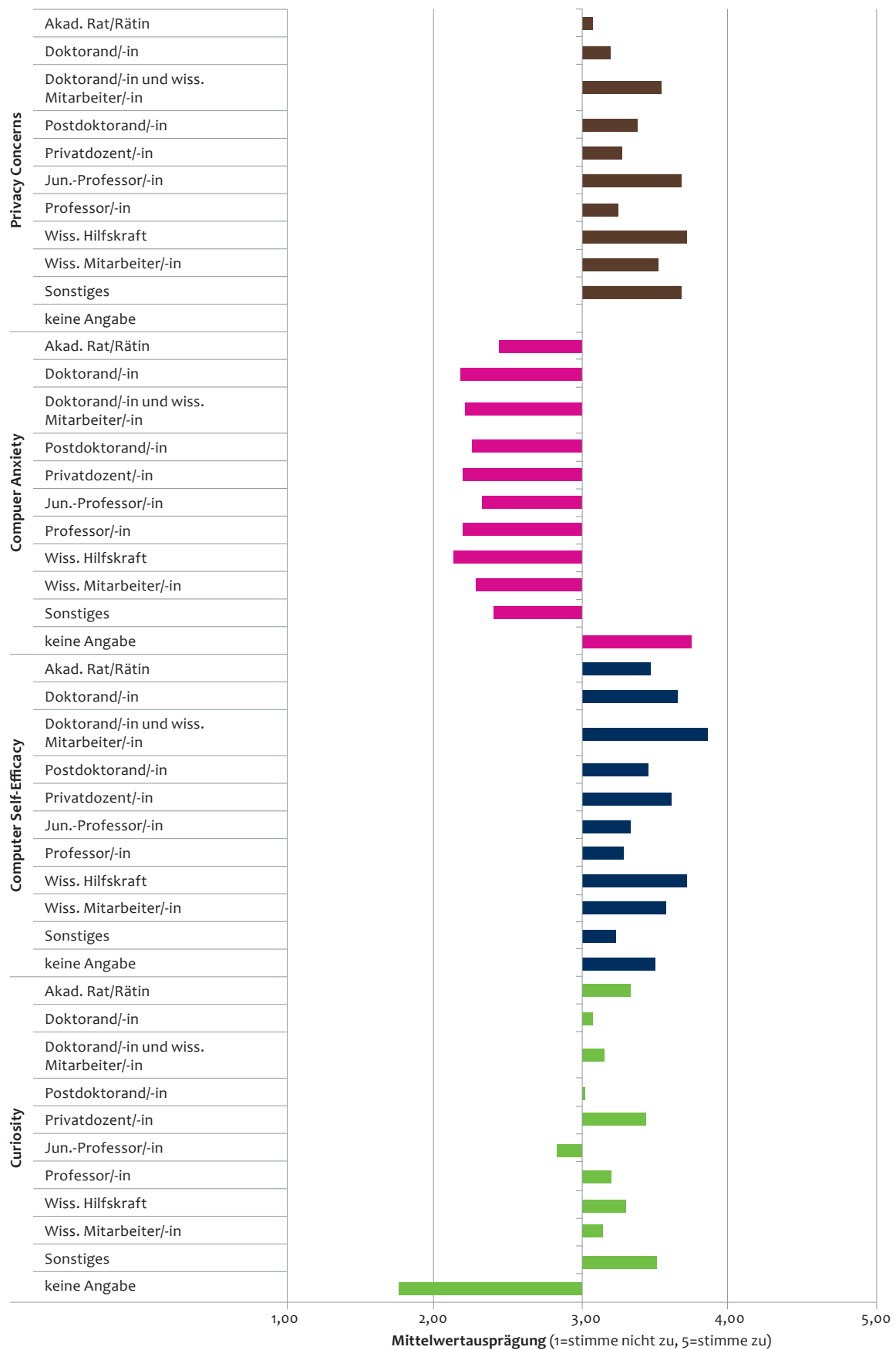


Abb. 28: Einstellungen nach wissenschaftlichem Status

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen (Akademische/r Rat/Rätin: n=27, Doktorand/-in: n=67, Doktorand/-in und wiss. Mitarbeiter/-in: n= 315, Postdoktorand/-in: n=90, Privatdozent/-in: n=34, Jun.-Professor/-in: n=15, Professor/-in: n=332, Wiss. Hilfskraft: n=25, Wiss. Mitarbeiter/-in: n=459, sonstiges: n=54, keine Angabe: n= 1). | Quelle: Science 2.0-Survey

Einstellungen nach Fächergruppen

	N	M	SD	Signifikanz
Privacy Concerns	Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	37	3,2331	0,96227
	Humanmedizin	67	3,5302	0,79632
	Ingenieurwissenschaften	296	3,4528	0,90845
	Sprach- und Kulturwissenschaften	257	3,4990	0,88721
	Kunst und Kunstwissenschaften	57	3,4353	0,87928
	Mathematik und Naturwissenschaften	433	3,4234	0,88702
	Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	249	3,3542	0,95447
	Sportwissenschaften	8	3,0750	1,22117
	Veterinärmedizin	6	3,0000	0,80013
	Sonstige	8	3,7648	0,59938
Computer Anxiety	Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	37	2,0560	0,87953
	Humanmedizin	67	2,4568	0,99837
	Ingenieurwissenschaften	296	2,3231	1,03433
	Sprach- und Kulturwissenschaften	257	2,2338	0,95802
	Kunst und Kunstwissenschaften	57	2,5874	0,91998
	Mathematik und Naturwissenschaften	433	2,2079	0,97978
	Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	249	2,0378	0,98900
	Sportwissenschaften	8	2,5000	1,07231
	Veterinärmedizin	6	1,8805	0,53620
	Sonstige	8	2,6736	0,87435
Computer Self-Efficacy	Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	37	3,7868	0,74662
	Humanmedizin	67	3,5944	0,94487
	Ingenieurwissenschaften	296	3,4254	1,18928
	Sprach- und Kulturwissenschaften	257	3,6135	1,08643
	Kunst und Kunstwissenschaften	57	3,3919	1,00818
	Mathematik und Naturwissenschaften	433	3,6428	1,17012
	Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	249	3,4750	1,08106
	Sportwissenschaften	8	3,1250	1,18698
	Veterinärmedizin	6	3,2500	0,61654
	Sonstige	8	2,5208	1,18719
Curiosity	Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	37	2,7773	0,90420
	Humanmedizin	67	3,1257	1,02875
	Ingenieurwissenschaften	296	3,4130	0,99077
	Sprach- und Kulturwissenschaften	257	2,9140	0,97992
	Kunst und Kunstwissenschaften	57	3,3486	1,02117
	Mathematik und Naturwissenschaften	433	3,2992	1,07989
	Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	249	2,9983	1,19291
	Sportwissenschaften	8	2,7750	1,08841
	Veterinärmedizin	6	2,7577	1,19633
	Sonstige	8	2,2821	1,05149

Tab. 31: Einstellungen nach Fächergruppen

Mittelwerte der Einstellungsskalen (M), Standardabweichung (SD) und Signifikanz ($\alpha=0,05$) der Mittelwertunterschiede zwischen den Gruppen gemäß H-Test.

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen, $n=1.419$

Quelle: Science 2.0-Survey 2014



Abb. 29: Einstellungen nach Fächergruppen

Basis: Wissenschaftler/-innen deutscher Hochschulen (Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften: n= 37, Humanmedizin: n=67, Ingenieurwissenschaften: n=296, Sprach- und Kulturwissenschaften: n=257, Kunst- und Kunstwissenschaften: n=57, Mathematik und Naturwissenschaften: n=433, Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: n=249, Sportwissenschaften: n=8, Veterinärmedizin: n=6, Sonstige: n=8). | Quelle: Science 2.0-Survey 2014

- Albrecht, Steffen; Herbst, Sabrina & Pscheida, Daniela (2014): Wissenschaft im Modus 2.0? Potenziale und Realisierung von E-Science am Beispiel der sächsischen Wissenschaftslandschaft. In: kommunikation@gesellschaft Jg. 15. Online verfügbar unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ss0ar-378479>
- Bartling, Sönke & Friesike, Sascha (Hrsg.) (2014): Opening Science. The Evolving Guide on How the Internet is Changing Research, Collaboration and Scholarly Publishing. Springer. Online verfügbar unter: <http://book.openingscience.org>
- Busemann, Katrin (2013): Wer nutzt was im Social Web? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013. Mediaperspektiven 7–8/2013, S. 391–399. Online verfügbar unter: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie/PDF/Busemann.pdf>
- Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) (2012): Die digitale Transformation weiter gestalten – Der Beitrag der Deutschen Forschungsgemeinschaft zu einer innovativen Informationsinfrastruktur für die Forschung. Positionspapier. Bonn: Deutsche Forschungsgemeinschaft. Online verfügbar unter: http://dfg.de/download/pdf/foerderung/programme/lis/positionspapier_digitale_transformation.pdf
- Fisch, Martin & Gscheidle, Christoph (2008): Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. Mediaperspektiven 7. S. 356–364. Online verfügbar unter: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie_2008/Fisch_II.pdf
- Fritz, Gerd & Langenhorst, Anita (2009): Wissenschaftliche Qualität in digitalen Medien? Keine Sorge! In: Gegenworte 21. Heft Frühjahr 2009. S. 76–78. Online verfügbar unter: http://edoc.bbaw.de/volltexte/2010/1727/pdf/23_Fritz_Langenhorst.pdf
- Haber, Peter (2013): ‚Google Syndrom‘. Phantasmagorien des historischen Allwissens im World Wide Web. In: Züricher Jahrbuch für Wissensgeschichte 9. S. 175–190.
- Nentwich, Michael (2003): Cyberscience. Research in the age of the Internet. Wien: Austrian Academy of Sciences Press.
- Nentwich, Michael & König, René (2012): Cyberscience 2.0. Research in the Age of Digital Social Networks. Frankfurt a.M./New York: Campus.
- Pscheida, Daniela & Köhler, Thomas (unter Mitarbeit von Steve Federow und Selina Hohenstatt) (2013): Wissenschaftsbezogene Nutzung von Web 2.0 und Online-Werkzeugen in Sachsen 2012. Studie des „eScience – Forschungsnetzwerks Sachsen“. Dresden: TUDpress. Online verfügbar unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:14-qucosa-106272>.
- Pscheida, Daniela; Albrecht, Steffen; Herbst, Sabrina; Minet, Claudia & Köhler, Thomas (2014): Nutzung von Social Media und onlinebasierten Anwendungen in der Wissenschaft. Erste Ergebnisse des Science 2.0-Survey 2013 des Leibniz-Forschungsverbunds „Science 2.0“. Online verfügbar unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:14-qucosa-132962>
- Rogers, Everett (1995): The Diffusion of Innovations, New York, NY: Free Press.
- Statistisches Bundesamt (2013): Bildung und Kultur. Personal an Hochschulen 2012. Fachserie 11. Reihe 4.4, WS 2012/2013. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Statistisches Bundesamt (2013a): Bildung und Kultur. Studierende an Hochschulen – Fächersystematik 2013. Fachserie 11. Reihe 4.1, WS 2012/2013. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Statistisches Bundesamt (2014): Bildung und Kultur. Personal an Hochschulen 2013. Fachserie 11. Reihe 4.4, WS 2013/2014. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- van Eimeren, Birgit & Frees, Beate (2014): 79 Prozent der Deutschen online – Zuwachs bei mobiler Internetnutzung und Bewegtbild. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2014. Mediaperspektiven 7–8/2014, S. 378–396. Online verfügbar unter: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie_2014/PDF/0708-2014_Eimeren_Frees.pdf

- Venkatesh, Viswanath & Bala, Hillol (2008): Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences* 39/2, S. 273–315.
- Weller, Martin (2011): *The Digital Scholar: How Technology Is Transforming Scholarly Practice*. London, New York: Bloomsbury Academic. Online verfügbar unter: http://www.bloomsburyacademic.com/view/DigitalScholar_9781849666275/book-ba-9781849666275.xml
- Wissenschaftsrat (WR) (2012): *Empfehlungen zur Weiterentwicklung der wissenschaftlichen Informationsinfrastrukturen in Deutschland bis 2020*. Drucksache 2359-12. Berlin: Wissenschaftsrat. Online verfügbar unter: <http://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/2359-12.pdf>
- Xu, Heng; Dinev, Tamara; Smith, Jeff & Hart, Paul (2011): Information Privacy Concerns: Linking Individual Perceptions with Institutional Privacy Assurances. *Journal of Association for Information Systems* 12/12, S. 798–824.

Rundmailtext:

Betreff: Bitte um Teilnahme an Online-Befragung zum Thema „Kommunikations- und Arbeitsformen in der Wissenschaft“

(English version see below)

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir wenden uns mit der Bitte an Sie, uns bei einem aktuellen Forschungsvorhaben zu unterstützen und an einer Online-Umfrage teilzunehmen.

Mit dieser Befragung möchten wir mehr darüber erfahren, inwieweit **Wissenschaftler/-innen** an deutschen Hochschulen und wissenschaftlichen Forschungseinrichtungen onlinebasierte Werkzeuge und Social Media-Anwendungen im Rahmen ihrer Arbeit einsetzen.

Ziel der Befragung ist es, die medialen Nutzungsgewohnheiten von Wissenschaftler/-innen besser zu verstehen, um fundierte Aussagen zum Stand der Verbreitung onlinebasierter Kommunikations- und Arbeitsformen in der Wissenschaft treffen zu können. Dabei interessiert uns das **gesamte Spektrum existierender Nutzungsformen und Einstellungen** – weshalb mit dieser Befragung genauso auch Personen angesprochen sind, die bislang noch wenig bis keinen Gebrauch von onlinebasierten Werkzeugen und Anwendungen machen und/oder diesen kritisch gegenüber stehen.

Die Datenerhebung und -verarbeitung erfolgen ausschließlich zu wissenschaftlichen Zwecken. Ihre Teilnahme ist selbstverständlich freiwillig. Alle Ihre Angaben sind anonym, d.h. weder IP-Adressen noch andere Merkmale, die es erlauben würden aus den Antworten Rückschlüsse auf eine Person zu ziehen, werden durch uns erhoben und/oder verarbeitet.

Die Beantwortung der Fragen wird ca. **15 Minuten** Ihrer Zeit in Anspruch nehmen.

Unter folgendem Link können Sie bis zum **20.07.2014** an der Befragung teilnehmen:
http://ww3.unipark.de/uc/science20-2014_deu/

(Sofern sich die Umfrage nicht in Ihrem Browser öffnet, kopieren Sie den Link bitte in die Adresszeile Ihres Browsers und drücken Sie die Return-Taste. Eine Unterbrechung und spätere Fortsetzung der Umfrage ist leider nicht möglich. Die Web-Darstellung des Online-Fragebogens ist optimiert für Mozilla Firefox und Internet Explorer.)

Die Befragung findet im Rahmen des Projektes eScience – Forschungsnetzwerk Sachsen (<http://www.escience-sachsen.de>) statt, einem ESF-Verbundprojekt aller sächsischen Hochschulen unter Federführung der TU Dresden, der TU Bergakademie Freiberg und der HTWK Leipzig. Sie ist Teil einer deutschlandweiten Befragung in Kooperation mit dem Leibniz-Forschungsverbund Science 2.0 (<http://www.leibniz-science20.de>).

Mit freundlichen Grüßen:
Das Projektteam des Science 2.0-Survey

Kontakt:

Technische Universität Dresden
Medienzentrum/Abteilung Medienstrategien
Dr. Daniela Pscheida
Tel.: +49 351 463-42463
E-Mail: Daniela.Pscheida@tu-dresden.de
URL: <http://www.escience-sachsen.de>

Anschreiben englisch

English version:

Dear Ladies and Gentlemen

we would like to address you with a request to help us with our current research project by participating in an online survey.

With this survey, we would like to learn more about to what extent researchers at German universities and scientific research institutions make use of online-based tools and social media applications within the scope of their work.

The survey aims to gain a better understanding of the scientists' habits of media use so as to be able to provide reliable information about how common online-based forms of communication and working are in the field of science. We are interested in **the complete range of existing forms of use and mindsets** – which is why this survey is also meant to address those who don't use online-based tools and applications often or not at all, or those who have a critical point of view about them.

Data collection and processing will serve scientific purposes only. Of course, your participation is voluntary. Any information you provide us with will be treated anonymously – thus, we will neither collect nor process any IP addresses or other features that could connect given answers to certain persons.

Answering the questions will take about **15 minutes** of your time.

You can participate in the survey until **20th of july** under the following link:
http://ww3.unipark.de/uc/science20-2014_en/

(If the survey does not open in a new browser window, please copy the link to the address bar of your browser and press the Return key. There is no possibility to close the survey and continue with the questions later. The online survey's design is optimized for Mozilla Firefox and Internet Explorer.)

The survey is part of the project eScience – Forschungsnetzwerk Sachsen (<http://www.escience-sachsen.de>), which is a joint ESF project of the universities in Saxonia, coordinated by the TU Dresden, the TU Bergakademie Freiberg and the HTWK Leipzig. It is part of a Germany-wide survey in cooperation with the Leibniz Research Alliance Science 2.0 (<http://www.leibniz-science20.de/>).

Sincerely,
 The survey project team of the Leibniz Research Alliance Science 2.0

Contact:

Technical University of Dresden
 Media Center / Department Media Strategies
 Dr. Daniela Pscheida
 Tel: +49 351 463-4246 3
 E-mail: Daniela.Pscheida@tu-dresden.de
 URL: <http://www.escience-sachsen.de>

Fragebogen

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund



Impressum

Befragung zur wissenschaftsbezogenen Nutzung von Online-Werkzeugen und Social Media

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer,

Ziel der folgenden Befragung ist es zu untersuchen, in welchem Umfang und wie Wissenschaftler/innen an bundesdeutschen Hochschulen und wissenschaftlichen Forschungseinrichtungen onlinebasierte Werkzeuge und Social Media-Anwendungen nutzen und welche Einstellung sie bezüglich des Einsatzes dieser Technologien vertreten. Die Datenerhebung dient ausschließlich wissenschaftlichen Zwecken. Ihre Teilnahme ist zu jedem Zeitpunkt freiwillig. Alle Ihre Angaben werden selbstverständlich anonym behandelt.

Die Bearbeitungszeit beträgt ungefähr **15 Minuten**.

Warum mitmachen?

Mit Ihren Antworten helfen Sie uns zu verstehen, wie das Internet mit seinen zahlreichen Werkzeugen Forschungs- und Kommunikationsprozesse in der Wissenschaft verändert. Alle Ihre Angaben sind daher sehr wertvoll für uns.

Die Befragung wird im Kontext des Leibniz-Forschungsverbunds "Science 2.0" durchgeführt. Weitere Informationen zum Forschungsverbund erhalten Sie unter: <http://www.leibniz-science20.de/>. Dort werden nach Abschluss der Befragung auch Hinweise zur Auswertung und Publikation der Studie veröffentlicht.

Wenn Sie mit der Umfrage starten wollen, klicken Sie unten auf **"weiter"**.

Für das Navigieren innerhalb des Fragebogens nutzen Sie bitte ausschließlich den "Zurück"-Button im Fragebogen und nicht den "Zurück"-Button des Browsers.

Mit freundlichen Grüßen
Das Befragungsteam Science 2.0 des Leibniz-Forschungsverbunds

Kontakt:
Technische Universität Dresden
Medienzentrum/Abteilung Medienstrategien
Dr. Daniela Pscheida
Tel.: +49 351 463-42463
E-Mail: Daniela.Pscheida@tu-dresden.de
URL: <http://www.escience-sachsen.de>

Weiter

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund



Impressum

Was ist Ihr höchster akademischer Abschluss?

- ☐ Bachelor (Uni/FH)
- ☐ Master (Uni/FH)
- ☐ Diplom (Uni/FH)
- ☐ Staatsexamen
- ☐ Magister
- ☐ Promotion
- ☐ Habilitation
- ☐ Sonstiges, und zwar:

In welcher Funktion sind Sie aktuell an einer Hochschule/Forschungseinrichtung tätig?

- ☐ Akademischer Rat
- ☐ Doktorand/in
- ☐ Doktorand/in und gleichzeitig wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in
- ☐ Postdoktorand/in
- ☐ Privatdozent/in
- ☐ Jun.-Professor/in
- ☐ Professor/in
- ☐ Wissenschaftliche Hilfskraft (WHK)
- ☐ Wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in
- ☐ Nicht-wissenschaftliches Personal
- ☐ Sonstiges, und zwar:

Zurück Weiter

In welchem Fachgebiet sind Sie aktuell tätig?

- ☐ Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften
- ☐ Kultur-, Geistes- und Erziehungswissenschaften
- ☐ Humanmedizin/ Gesundheitswissenschaften
- ☐ Ingenieurwissenschaften
- ☐ Kunst, Kunstwissenschaft
- ☐ Mathematik, Naturwissenschaften, Informatik
- ☐ Psychologie
- ☐ Rechtswissenschaften
- ☐ Sozialwissenschaften
- ☐ Sportwissenschaften
- ☐ Sprachwissenschaften
- ☐ Verwaltungswissenschaften
- ☐ Veterinärmedizin
- ☐ Wirtschaftswissenschaften
- ☐ Anderes Fach, und zwar

Zurück Weiter

Bitte grenzen Sie Ihr Fachgebiet innerhalb der Fächergruppe näher ein!

Politikwissenschaft/Politologie

Sollten Sie Ihren Fachbereich in der oben angezeigten Auswahl nicht gefunden haben, geben Sie ihn bitte hier ein:

Zurück Weiter

Wo sind Sie aktuell als Wissenschaftler/in tätig?

Wichtig: Bitte geben Sie hier lediglich den Hochschul- bzw. Einrichtungstyp an und nennen Sie keinen konkreten Namen. Mehrfachantworten sind möglich.

- ☐ Universität oder andere Hochschule mit Promotionsrecht
- ☐ Fachhochschule oder andere Hochschule ohne Promotionsrecht
- ☐ Kunst- oder Musikhochschule
- ☐ Außeruniversitäres Forschungsinstitut (z.B. Leibniz, Helmholtz, Fraunhofer, Max Planck)
- ☐ Sonstige, und zwar:

Wie viele Jahre sind Sie seit Ihrem Studienabschluss (Diplom, Master, Magister etc.) insgesamt an einer Hochschule und/oder einer wissenschaftsbezogenen Einrichtung beschäftigt?

Zurück Weiter

In welches Bundesland befindet sich Ihre Hochschule?

Sachsen

Zurück Weiter

Bitte geben Sie an, wieviel Prozent Ihrer gesamten wissenschaftlichen Tätigkeit die jeweiligen Tätigkeitsbereiche in etwa ausmachen!

- ☐ Forschung %
- ☐ Lehre (inklusive Organisation v. Lehre, Beratung v. Studierenden) %
- ☐ Wissenschaftsadministration (z.B. Drittmittelwerbung, Projektverwaltung) %
- ☐ Wissenschaftskommunikation (z.B. Öffentlichkeitsarbeit, Vernetzung) %
- ☐ Andere Tätigkeitsbereiche %

Zurück Weiter

Inwiefern nutzen Sie die folgenden Werkzeuge?

	nur beruflich	primär beruflich	beruflich und privat	primär privat	nur privat	nutze ich nicht	kenne ich nicht
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mailinglisten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terminierungs- und Koordinationstools (z.B. Foodle, Asana, Trello)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internetforen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Microblogs (z.B. Twitter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weblogs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Marketing Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikipedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zurück Weiter

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich genutzten Werkzeuge.

Wie nutzen Sie die von Ihnen beruflich eingesetzten onlinebasierten Werkzeuge?

Microblogs (z.B. Twitter)

- ☐ lesen anderer Tweets
- ☐ eigene Beiträge (unter eigenem Account) posten
- ☐ Beiträge anderer Personen kommentieren/weiterleiten

Weblogs

- ☐ Beiträge anderer Blogger lesen
- ☐ eigene Blogbeiträge verfassen
- ☐ Beiträge anderer Blogger kommentieren

Wikipedia

- ☐ Artikel lesen
- ☐ Einträge verfassen und bearbeiten
- ☐ kommentieren

Andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)

- ☐ lesen
- ☐ Wiki-Seiten erstellen und bearbeiten
- ☐ kommentieren

Internetforen

- ☐ Beiträge lesen
- ☐ Beiträge verfassen
- ☐ Beiträge anderer Nutzer beantworten

Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)

- ☐ Videos/Fotos ansehen
- ☐ Videos/Fotos hoch- bzw. runterladen
- ☐ Videos/Fotos kommentieren

Soziale Netzwerke

- ☐ Kontakte mit Kolleg/innen suchen und pflegen
- ☐ informieren was im eigenen Netzwerk aktuell passiert
- ☐ persönliche Nachrichten verschicken
- ☐ Beiträge/Kommentare schreiben
- ☐ Links und Informationen posten
- ☐ Austausch mit Kolleg/innen (z.B. in Gruppen)

Zurück Weiter

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich genutzten Werkzeuge.

Wie häufig nutzen Sie die folgenden Werkzeuge für Ihre berufliche Tätigkeit?

	mehrmals täglich	täglich	mehrfach wöchentlich	wöchentlich	monatlich	seltener
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weblogs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikipedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terminierungs- und Koordinationstools (z.B. Foodle, Asana, Trello)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Microblogs (z.B. Twitter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internetforen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zurück Weiter

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich genutzten Werkzeuge.

Für welchen Zweck/ in welchem Kontext nutzen Sie die jeweiligen Werkzeuge beruflich?
(Mehrfachantworten sind möglich.)

	Lehre	Forschung	Wissenschafts- kommunikation	Wissenschafts- administration
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Terminierungs- und Koordinationstools (z.B. Foodle, Asana, Trello)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weblogs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wikipedia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Microblogs (z.B. Twitter)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetforen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zurück Weiter

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der in der Forschung eingesetzten Werkzeuge.

Sie haben angegeben, die folgenden Werkzeuge im Kontext Ihrer Forschungstätigkeit zu nutzen. Wofür genau setzen Sie diese ein?
Mehrfachantworten sind möglich.

	Abstimmung/ Organisation von Arbeits- abläufen	Kommunikation und Austausch von Informa- tion (z.B. Be- sprechungen)	Datenerhebung/ -auswertung	Austausch von Daten und Materialien	Recherche	Andere
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wikipedia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetforen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Terminierungs- und Koordinationstools (z.B. Foodie, Asana, Trello)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zurück Weiter

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der für die Wissenschaftskommunikation eingesetzten Werkzeuge.

Sie haben angegeben, die folgenden Werkzeuge im Kontext der Wissenschaftskommunikation zu nutzen. Wofür genau setzen Sie diese ein?
(Mehrfachantworten sind möglich)

	Vermittlung an Öffent- lichkeit	Austausch mit Kol- leg/innen	Dokumentation der eigenen Arbeit	Darstellung der eige- nen Person	Verbreitung von wich- tigen Ter- minen und Hinweisen	Informations- gewinnung für eigenes Arbeitsfeld	Andere
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Microblogs (z.B. Twitter)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weblogs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mailinglisten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zurück Weiter

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich genutzten Werkzeuge.
Hinweis: Über die Drop-Down-Liste sind verschiedene Antwortmöglichkeiten wählbar.

Aus welchen vorrangigen Gründen nutzen Sie die folgenden Werkzeuge für Ihre berufliche Tätigkeit?

	Ich nutze das folgende Werkzeug beruflich,
Wissenschaftliche/Berufliche Netzwerke (z.B. Xing, Academia.edu)	<input type="text"/>
Lernmanagementsysteme (z.B. OLAT/OPAL, Moodle)	<input type="text"/>
andere Wikis (z.B. Firmenwiki, fachspezifische Wikis etc.)	<input type="text"/>
Wikipedia	<input type="text"/>
Online-Archive/Datenbanken (z.B. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<input type="text"/>
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Google+)	<input type="text"/>
Video/Foto Community-Portale (z.B. YouTube, Flickr)	<input type="text"/>
Videokonferenz/VoIP (z.B. Skype, Adobe Connect)	<input type="text"/>
Weblogs	<input type="text"/>
Literaturverwaltung (z.B. Mendeley, Zotero)	<input type="text"/>
Content Sharing/Cloud-Dienste (z.B. Dropbox, Slideshare)	<input type="text"/>
Online-Texteditoren (z.B. EtherPad, Google Docs)	<input type="text"/>
Microblogs (z.B. Twitter)	<input type="text"/>
Terminierungs- und Koordinationstools (z.B. Foodle, Asana, Trello)	<input type="text"/>
Internetforen	<input type="text"/>
Chat/Instant Messaging (z.B. Skype, ICQ)	<input type="text"/>
Social Bookmarking Services (z.B. Delicious, Bibsonomy)	<input type="text"/>

Sollten Sie die genannten onlinebasierten Werkzeuge aus anderen Gründen für Ihre berufliche Tätigkeit nutzen, können Sie diese hier angeben:

[Zurück](#) [Weiter](#)

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich genutzten Werkzeuge.
Hinweis: Über die Drop-Down-Liste sind verschiedene Antwortmöglichkeiten wählbar.

Aus welchen Gründen nutzen Sie die folgenden Werkzeuge vorrangig nicht für Ihre berufliche Tätigkeit?

Ich nutze
das
folgende
Werkzeug
nicht
beruflich,

Sollten Sie die genannten onlinebasierten Werkzeuge aus anderen Gründen nicht für Ihre berufliche Tätigkeit nutzen, können Sie diese hier angeben:

[Zurück](#) [Weiter](#)

Welche Endgeräte nutzen Sie, um auf die Werkzeuge zuzugreifen?
Es sind Mehrfachantworten möglich.

☐ PC

☐ Notebook

☐ Tablet

☐ Smartphone

☐ Sonstiges, und zwar:

[Zurück](#) [Weiter](#)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

	stimme völlig zu	stimme eher zu	unentschieden	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu
Ich mache mir Sorgen, dass Daten, die ich im Internet bereitstelle, missbraucht werden könnten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich stelle ungern Informationen ins Internet, weil ich nicht weiß, was Andere mit ihnen machen könnten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich veröffentliche ungern Daten im Internet, weil diese in einer Weise verwendet werden könnten, die ich nicht vorhersehen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich kenne die Nutzungsbedingungen der Web 2.0-Tools, die ich nutze.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es macht mich nervös, mit Sozialen Medien zu arbeiten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Gedanke, dass es beim fehlerhaften Gebrauch von Sozialen Medien zu Datenverlust kommen könnte, ängstigt mich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich Soziale Medien nutze, habe ich Angst, Fehler zu machen, die ich nicht mehr korrigieren kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soziale Medien wirken auf mich etwas einschüchternd.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Zurück](#) [Weiter](#)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

	stimme völlig zu	stimme eher zu	unentschieden	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu
Ich informiere mich so häufig wie möglich über technische Neuheiten wie z.B. Smartphones, Computer, Software, Internet-Applikationen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich überlege häufig, wie ich technische Neuheiten für mich nutzen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn mich eine technische Neuheit interessiert, dann informiere ich mich gründlich darüber.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Freunde oder Bekannte beschreiben mich als technikinteressiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ich könnte eine Aufgabe mit Hilfe von Social Media erfüllen (z.B. eine Anfrage beantworten)...

	trifft völlig zu	trifft eher zu	unentschieden	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu
... auch wenn niemand da wäre, der mir sagt, wie ich dabei vorzugehen habe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... wenn ich jemanden um Hilfe bitten könnte, falls ich feststecke.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... wenn ich genügend Zeit für die Nutzung hätte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... wenn ich nur die eingebaute Hilfefunktion der Plattformen zur Unterstützung verwenden kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Zurück](#) [Weiter](#)

Bitte nennen Sie uns Ihr Geburtsjahr:

19

Sie sind:

☐ weiblich ☐ männlich

[Zurück](#) [Weiter](#)

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer,

wir danken Ihnen herzlich, dass Sie sich an der Befragung beteiligt haben! Ihre Antworten helfen uns, die aktuelle Nutzung von onlinebasierten Werkzeugen und Social Media-Anwendungen durch Wissenschaftler/innen besser kennen zu lernen.

Nach Abschluss der Auswertung werden die Ergebnisse der bundesweiten Befragung auf der Homepage des Forschungsverbunds www.leibniz-science20.de einsehbar sein. Gern senden wir Ihnen die Ergebnisse auch zu. Senden Sie dafür einfach eine bereits vorgefertigte *unverbindliche* E-Mail mittels folgendem Link an uns zurück: [Ergebnisse Science 2.0-Studie](#)

Ihre eingegebenen Daten bleiben dabei selbstverständlich weiterhin anonym.

Mit freundlichen Grüßen
Das Befragungsteam Science 2.0 des Leibniz-Forschungsverbunds

Kontakt:
Technische Universität Dresden
Medienzentrum/Abteilung Medienstrategien
Dr. Daniela Pscheida
Tel.: +49 351 463-42463
E-Mail: Daniela.Pscheida@tu-dresden.de
URL: <http://www.escience-sachsen.de>

Sie können das Browserfenster jetzt schließen.

Fragebogen englisch

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund



Impressum

The science-related use of online tools and social media

Dear participants,

the following survey aims to identify how – and to what extent – researchers at German universities and scientific research institutions make use of online-based tools and social media applications and also to investigate their opinions concerning the use of such technologies.

The data is collected for scientific purposes only. Your participation is voluntary at all times. Of course, any information you provide will be treated anonymously. The processing time is approximately **15 minutes**.

Why take part?

Your answers will help us to understand how the Internet and its many applications are changing scientific research and communication. Therefore, all your statements are very valuable to us.

The survey is conducted in the context of the Leibniz Research Alliance "Science 2.0". For further information on the Research Alliance, please visit: www.leibniz-science20.de. There, we will also provide information concerning the evaluation and publication of the study after the survey period.

If you would like to start with the survey, please click on "next" below.

To navigate within the survey, please use the survey's "back"-button only, but not the "back"-button of the browser.

Sincerely,

The online survey team of the Leibniz Research Alliance Science 2.0

Contact:

Technische Universität Dresden
Medienzentrum/Abteilung Medienstrategien
Dr. Daniela Pscheida
Tel.: +49 351 463-42463
E-Mail: Daniela.Pscheida@tu-dresden.de
URL: <http://www.escience-sachsen.de>

Continue

science 2.0
Leibniz-Forschungsverbund



Impressum

What is your highest academic degree?

- ☐ Bachelor's degree (university/UAS)
- ☐ Master's degree (university/UAS)
- ☐ Diploma (university/UAS)
- ☐ State examination
- ☐ M.A. or MSc
- ☐ Doctoral degree / PhD
- ☐ Habilitation
- ☐ Other, namely:

What is your current position at the university/research institute?

- ☐ Member of the Academic Council
- ☐ Doctoral student
- ☐ Doctoral student and scientific employee
- ☐ PostDoc
- ☐ Private lecturer
- ☐ Junior Professor
- ☐ Professor
- ☐ Research assistant (WHK)
- ☐ Scientific staff
- ☐ Non-academic staff
- ☐ Other, namely:

Back

Continue

Which subject area are you currently working in?

- ☐ Agriculture, Forestry and Food Sciences
- ☐ Culture, Humanities and Education
- ☐ Human Medicine / Health Sciences
- ☐ Engineering
- ☐ Arts
- ☐ Mathematics and natural sciences, Computer Science
- ☐ Psychology
- ☐ Law
- ☐ Social Sciences
- ☐ Sports Science
- ☐ Linguistics
- ☐ Administrative Sciences
- ☐ Veterinary Medicine
- ☐ Economics
- ☐ Other, namely:

[Back](#) [Continue](#)

Please specify your field of expertise within the subject area!

If your specific subject area is not listed above, please enter it here:

[Back](#) [Continue](#)

Where are you currently working as researcher?

Important: Please only name the university or the type of institution - no specific names.

- ☐ University or other academic institution with a right to award doctorates
- ☐ University of Applied Sciences ("Fachhochschule") or other college without doctoral degrees
- ☐ Art College or Academy of Music
- ☐ Extra-curricular Research Institute (e.g. Leibniz, Helmholtz, Fraunhofer, Max Planck)
- ☐ Other, namely:

For how many years have you been employed at a university and/or science-related institution since reaching your academic degree (Diploma, Master, M.A. / MSC, etc.)?

[Back](#) [Continue](#)

Where is your facility located?

[Back](#) [Continue](#)

Please indicate how much of your overall scientific work is related to the following activities!

☐ Research %

☐ Teaching (including organizing lectures, student advice) %

☐ Science Administration (e.g. third-party funding, project management) %

☐ Science Communication (e.g. public relations, networking) %

☐ Other areas of activity %

[Back](#) [Continue](#)

To what extent do you use the following tools?

	Only professionally	Primarily professionally	Professionally and personally (in roughly equal proportions)	Primarily privately	Only privately	Not at all	I don't know
Social bookmarking services (e.g. Delicious, Bibsonomy)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personal organizers, task schedulers (e.g. Foodle, Asana, Trello)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Content sharing / cloud services (e.g. Dropbox, Slideshare)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online forums	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reference management (e.g. Mendeley, Zotero)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online text editors (e.g. EtherPad, Google Docs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Networks (e.g. Facebook, Google+)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Learning management systems (e.g. OLAT / OPAL, Moodle)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikipedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online-Archives / Databases (e.g. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Other wikis (e.g. Corporate Wiki, subject-specific wikis, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video / photo community portals (e.g. YouTube, Flickr)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chat / Instant messaging (e.g. Skype, ICQ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Microblogs (e.g. Twitter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Scientific / professional networks (e.g. Xing, Academia.edu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconferencing / VoIP (e.g. Skype, Adobe Connect)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mailing list	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Back](#) [Continue](#)

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich genutzten Werkzeuge.

In what way do you use the online-based tools for your work?

Microblogs (z.B. Twitter)

- ☐ Reading other user's Tweets
- ☐ Posting own messages (own account)
- ☐ Commenting on and sharing other user's messages

Weblogs

- ☐ Reading other user's Blogs
- ☐ Writing own Blog-posts
- ☐ Reading other tweets
- ☐ Commenting on other people's blogs

Wikipedia

- ☐ Reading articles
- ☐ Writing and editing entries
- ☐ Commenting

Other Wikis (e.g. Corporate Wiki, subject-specific wikis, etc...)

- ☐ Reading
- ☐ Creating and editing Wiki-pages
- ☐ Commenting

Online forums

- ☐ Reading posts
- ☐ Posting
- ☐ Answering to other users' contributions

Video / photo community portals (e.g. YouTube, Flickr)

- ☐ Viewing videos / photos
- ☐ Uploading Videos / photos
- ☐ Commenting on videos / photos

Social Networks

- ☐ Seeking and keeping up contact with colleagues
- ☐ Staying informed on what is going on in one's network
- ☐ Sending personal messages
- ☐ Writing contributions or comments
- ☐ Sharing links and posting information
- ☐ Exchanging views with colleagues (e.g. in user-groups)

Back

Continue

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich genutzten Werkzeuge.

How often do you use the following tools for work-related tasks?

	Several times a day	Once a day	Several times a week	Once a week	Once a month	rarely
Social bookmarking services (e.g. Delicious, Bibsonomy)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online-Archives / Databases (e.g. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikipedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Scientific / professional networks (e.g. Xing, Academia.edu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online forums	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online text editors (e.g. EtherPad, Google Docs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personal organizers, task schedulers (e.g. Foodie, Asana, Trello)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoconferencing / VoIP (e.g. Skype, Adobe Connect)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mailing list	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Learning management systems (e.g. OLAT / OPAL, Moodle)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reference management (e.g. Mendeley, Zotero)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video / photo community portals (e.g. YouTube, Flickr)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Other wikis (e.g. Corporate Wiki, subject-specific wikis, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social Networks (e.g. Facebook, Google+)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Microblogs (e.g. Twitter)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Content sharing / cloud services (e.g. Dropbox, Slideshare)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chat / Instant messaging (e.g. Skype, ICQ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Back](#) [Continue](#)

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich genutzten Werkzeuge.

For what purpose / in what context do you use the respective tools during your work?
(Multiple answers are possible)

	Teaching	Research	Science Communication	Science Administration
Personal organizers, task schedulers (e.g. Foodie, Asana, Trello)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online-Archives / Databases (e.g. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Content sharing / cloud services (e.g. Dropbox, Slideshare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Learning management systems (e.g. OLAT / OPAL, Moodle)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social Networks (e.g. Facebook, Google+)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videoconferencing / VoIP (e.g. Skype, Adobe Connect)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chat / Instant messaging (e.g. Skype, ICQ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online forums	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online text editors (e.g. EtherPad, Google Docs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other wikis (e.g. Corporate Wiki, subject-specific wikis, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reference management (e.g. Mendeley, Zotero)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wikipedia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mailing list	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Scientific / professional networks (e.g. Xing, Academia.edu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Microblogs (e.g. Twitter)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social bookmarking services (e.g. Delicious, Bibsonomy)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Video / photo community portals (e.g. YouTube, Flickr)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[Back](#) [Continue](#)

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der in der Forschung eingesetzten Werkzeuge.

You stated that you use the following tools in the context of research. For what tasks exactly?
(Multiple answers are possible.)

	Coordination and organization of work processes (e.g. scheduling)	Communication and exchange of information (e.g. meetings, collaboration)	Data collection / evaluation	Exchange of data and materials	Research	Other
Position ändern Social Networks (e.g. Facebook, Google+)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videoconferencing / VoIP (e.g. Skype, Adobe Connect)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wikipedia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Content sharing / cloud services (e.g. Dropbox, Slideshare)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online text editors (e.g. EtherPad, Google Docs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chat / Instant messaging (e.g. Skype, ICQ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online-Archives / Databases (e.g. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reference management (e.g. Mendeley, Zotero)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social bookmarking services (e.g. Delicious, Bibsonomy)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Video / photo community portals (e.g. YouTube, Flickr)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Learning management systems (e.g. OLAT / OPAL, Moodle)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personal organizers, task schedulers (e.g. Foodie, Asana, Trello)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[Back](#) [Continue](#)

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der für die Wissenschaftskommunikation eingesetzten Werkzeuge.

You stated that you use the following tools in the context of science communication. For what tasks exactly?
(Multiple answers are possible)

	Addressing the public	Exchange with colleagues	Documentation of own work	Personal representation	Publishing important dates and notes	Gathering information for own work area	Other
Social Networks (e.g. Facebook, Google+)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videoconferencing / VoIP (e.g. Skype, Adobe Connect)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Microblogs (e.g. Twitter)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online forums	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mailing list	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chat / Instant messaging (e.g. Skype, ICQ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[Back](#) [Continue](#)

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich genutzten Werkzeuge.
Hinweis: Über die Drop-Down-Liste sind verschiedene Antwortmöglichkeiten wählbar.

What are the primary reasons for you to use the following tools for your work?

	I use the following tool vocationally
Other wikis (e.g. Corporate Wiki, subject-specific wikis, etc.)	<input type="text"/>
Online-Archives / Databases (e.g. Deutsche Digitale Bibliothek, Arxiv.org)	<input type="text"/>
Online text editors (e.g. EtherPad, Google Docs)	<input type="text"/>
Mailing list	<input type="text"/>
Wikipedia	<input type="text"/>
Online forums	<input type="text"/>
Scientific / professional networks (e.g. Xing, Academia.edu)	<input type="text"/>
Social bookmarking services (e.g. Delicious, Bibsonomy)	<input type="text"/>
Social Networks (e.g. Facebook, Google+)	<input type="text"/>
Reference management (e.g. Mendeley, Zotero)	<input type="text"/>
Video / photo community portals (e.g. YouTube, Flickr)	<input type="text"/>
Blogs	<input type="text"/>
Microblogs (e.g. Twitter)	<input type="text"/>
Learning management systems (e.g. OLAT / OPAL, Moodle)	<input type="text"/>
Chat / Instant messaging (e.g. Skype, ICQ)	<input type="text"/>
Videoconferencing / VoIP (e.g. Skype, Adobe Connect)	<input type="text"/>
Content sharing / cloud services (e.g. Dropbox, Slideshare)	<input type="text"/>
Personal organizers, task schedulers (e.g. Foodle, Asana, Trello)	<input type="text"/>

If there are other reasons for you to use the aforementioned online-based tools for your work, you can specify them here:

[Back](#) [Continue](#)

Hinweis: Die im Folgenden angezeigte Anzahl der Items variiert je nach Anzahl der beruflich genutzten Werkzeuge.
Hinweis: Über die Drop-Down-Liste sind verschiedene Antwortmöglichkeiten wählbar.

What are the reasons for you not to use the following tools for your work?

I don't use
the
following
tool
vocationally

If there are other reasons for you not to use the aforementioned online-based tools for your work, you can specify them here:

[Back](#) [Continue](#)

Which devices do you use to access the tools?
(Multiple answers are possible)

☐ PC

☐ Notebook

☐ Tablet

☐ Smartphone

☐ Other, namely:

[Back](#) [Continue](#)

To what extent do you agree with the following statements?

	I strongly agree	I tend to agree	Undecided	I tend to disagree	I strongly disagree
I am concerned that any data I disclose on the Internet could be abused.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I tend not to disclose any information on the Internet because I don't know what others might do with it.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I'm reluctant to publish data on the Internet because it could be used in ways I might not be able to foresee.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I'm familiar with the Terms of Use of the Web 2.0 tools I use.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It makes me nervous to work with social media.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I fear that improper use of social media applications could lead to data loss.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
When using social media, I fear I might make mistakes I cannot straighten out.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I find social media somewhat intimidating.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Back](#) [Continue](#)

To what extent do you agree with the following statements?

	I strongly agree	I tend to agree	Undecided	I tend to disagree	I strongly disagree
I try to gather information on technical innovations such as smart phones, computers, software and Internet applications as often as possible.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I often ask myself how I could make use of technical innovations.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
If I am interested in a technical innovation, I inform myself thoroughly.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
My friends and acquaintances would say that I am interested in technology.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

I could complete a task (such as answering a question) with the help of social media...

	I strongly agree	I tend to agree	Undecided	I tend to disagree	I strongly disagree
... even if there was no one there to give me instructions.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... if I could ask someone for help when I get stuck.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... if I had enough time to work my way into the matter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... if I could only draw on the platform's built-in help function for support.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Back](#) [Continue](#)

Please tell us your year of birth:

19

You are:

☐ female ☐ male

[Back](#) [Continue](#)

Thank you very much!

Dear participant,

thank you very much for taking part in the survey! Your answers will help us to better understand how scientists currently use online-based tools and social media applications.

After the evaluation phase, the results of the nationwide survey will be published on the homepage of the research network: www.leibniz-science20.de.

Also, we can gladly send you the results. Simply send us a prepared and *non-binding* e-mail by means of the following link: Results of the Science 2.0 Study.

Of course, all data you entered will remain anonymous.

Sincerely,

The online survey team of the Leibniz Research Alliance Science 2.0

Contact:

Technische Universität Dresden
Medienzentrum/Abteilung Medienstrategien
Dr. Daniela Pscheida
Tel.: +49 351 463-42463
E-Mail: Daniela.Pscheida@tu-dresden.de
URL: <http://www.escience-sachsen.de>

You can now close this window of your browser.

Impressum

Projekt:

Science 2.0-Survey im Rahmen des Leibniz-Forschungsverbunds „Science 2.0“

Projektpartner:

Technische Universität Dresden/Medienzentrum
 Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft (HIIG), Berlin
 Universität St. Gallen/-institut für Medien- und Kommunikationsmanagement
 ZB MED – Leibniz-Informationszentrum Lebenswissenschaften
 ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
 Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW)

Weitere Informationen zum Leibniz-Forschungsverbund „Science 2.0“:

<http://www.leibniz-science20.de>

Weitere Informationen zum „eScience – Forschungsnetzwerk Sachsen“:

<http://www.escience-sachsen.de>

Kontakt:

Daniela.Pscheida@tu-dresden.de

Layout/Satz:

Anne Schimmeck, Technische Universität Dresden, Medienzentrum

Gefördert von:



Europa fördert Sachsen.
ESF
 Europäischer Sozialfonds





